

Université Abderrahmane Mira de Bejaia
Facultés des sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de
Gestion
Département des Sciences Commerciales

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Science Commerciales
Option : Finance et Commerce International

THÈME :

*Les PME exportatrices en Algérie : Réalité et défis
Cas des PME de la wilaya de Bejaia.*

Présenté par :

BENAZZOUZ Keltoum

BENMEDJDOUB Halima

Encadré par :

M^m BOULAHOUAT Mahdia

Année 2021/2022

Remerciement

*Au premier lieu nous tenons à remercier le **bon Dieu** le tout puissant qui nous a donné le courage de mener à terme ce modeste travail.*

*Nous tenons à remercier en premier lieu **M^m Boulahouat Mahdia** pour avoir dirigé ce travail*

*Nous tenons à remercier **KHODJA et CIE** pour nous avoir ouvert leur porte et précisément le directeur **M^r Bachir**.*

A tous mes enseignants et à tous mes collègues.

Mes remerciements aux membres de jury pour leur patience

A tous ce qui de loin ou de près a contribué à l'élaboration de ce travail.

A nos familles, Pour nous avoir tant offert et tant donné.

Keltoum et Halima

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail à....

Celle qui a illuminé mon long chemin, qui a sacrifié sa vie à ses enfants

À ma très chère mère

*Celui qui m'a indiqué la bonne voie en me rappelant que la volonté fait
toujours le grand homme ...à mon très cher père*

A mon cher frère Zidane et sa femme Sabrina

A mes chers anges Tawos ; Iyad et Abderrahmane

A mes chères sœurs Samiha ; Nassira ; Souad ; Hania et Meriem

A mes oncles et tantes, cousins et cousines

A ma binôme Halima et sa famille

A tous mes amis (es)

A toute la spécialité Finance et commerciale internationale

Keltoum

Dédicaces

Avec L'aide du Dieu le tout puissant

Je dédie ce modeste travail :

A mon père, qui sans lui je ne puisse ni vivre ni arriver à ce que je suis

*A ma mère, la lumière de ma vie, j'espère qu'un jour mon bon Dieu me
donne l'occasion de les honorés et rendre ce qu'ils méritent*

A mes chers frères Mokrane ; Massi et Islam

A mes chères Sœurs : Kahina ; Nadjet ; Massila

A mes oncles et tontes, cousins et cousines.

Je dédie aussi à mon binôme Keltoum ainsi que toute sa famille

A tous mes amis (es)

A toute la spécialité Finance et Commerce Internationale

Halima

Liste des abréviations

AGI : Autorisation Globale d'Importation

ALGEX : Agence Nationale de Promotion des Exportations

ANDI : Agence National de Développement l'Investissement

ANEXAL : Association National des Exportateurs Algériens

ANSEJ : Agence National de Soutien à l'Emploi des Jeunes

APSI : Agence de Promotion de Soutien et Suivi les Investissements

BTBH : Bâtiments Travaux Publics et Hydraulique

BTP : Bâtiments et Travaux Publique

CACI : Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie

CAGEX : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations

CASNOS : Caisse Nationale de Sécurité Sociales des Non-Salariés

CNAS : Caisse Nationale d'assurance Sociale

CNES : Conseil National Economique et Social

CNI : Conseil National de l'Investissement

CNIS : Conseil National d'Information Statistique

CNRS : Centre National de la Recherche Scientifique

EHH : Exportation Hors Hydrocarbures

FMI : Fonds Monétaire International

FSPS : Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations

IBS : Impôt sur Bénéfice de Société

IDE : Investissements Directs à l'Etranger

ISO : International Standardization for Organization

ISMME : Industries Sidérurgiques Métalliques Mécaniques et Electrique

GATT : Général Agrément on Tarifs and Trade (Accords Général sur les Tarifs Douanière et le Commerce)

GE : Grande Entreprise

MD : Milliards

ME : Moyenne Entreprise

OCDE : Organisation de Coopération pour le Développement Economique

OLI : Ownerchip, Location, Internalisation

OMC : Organisation Mondial de Commerce

ONAFEX : Office National des Foires et Expositions

ONS : Office National des Exportations

PE : Petite Entreprise

PIB : Produit intérieur Brut

PME : Petite et Moyen Entreprise

PMI : Petite et Moyen Industrie

R&D : Recherche Et Développement

SAFEX : Société Algérienne des Foires et Expositions

SARL : Société A Responsabilité Limitée

SBA : Small Business Act

SCI : Société de Commerce International

SMI : Système Monétaire International

SNAT : Schéma National d'Aménagement de Terroir

SNC : Société en Nom Collectif

TAP : Taxe Activité Professionnelle

TVA : Taxe sur la Valeur Ajouté

USD : United States Dollars

UTA : Unité de Travail Année

Liste des tableaux

Tableau N° 01	Les différents types des PME
Tableau N° 02	Le modèle de choix de mode d'entrée /de pénétration du DUNNING
Tableau N° 03	La typologie de la PME en Algérie
Tableau N° 04	Nombre de Projets et parts selon les branches d'activités
Tableau N° 05	Comparatif de l'évolution du nombre des PME de au 2013 à 2021
Tableau N° 06	Concentration des PME par région en 2021
Tableau N° 07	Evolution des PME Algérienne par secteur d'activités de l'année 2016 à 2021
Tableau N° 08	Evolution de la contribution de la PME à la création de l'emploi [2016 – 2021] en Algérie
Tableau N° 09	Evolution de la contribution des PME à la création de la valeur ajoutée HH (200-S1/2019)
Tableau N° 10	La part des hydrocarbures dans les exportations totales de l'Algérie de 2010 à 2020
Tableau N° 11	La part hors hydrocarbure dans les exportations totales de l'Algérie de 2010 à 2020.
Tableau N° 12	Évolution de la balance commerciale 2010 à 2020
Tableau N° 13	Évolution des exportations par groupe d'utilisation (2010-2020)
Tableau N° 14	Principaux pays partenaires de l'Algérie 2020
Tableau N° 15	La taille de l'échantillon de notre l'entretien
Tableau N° 16	Evolution d'exportation jusqu'à 2015

Liste des figures

Figure N° 01	Courbe de Cycle de vie de produit
Figure N° 02	les différents modes de l'exportation
Figure N° 03	Evolution globale des PME en (Algérie 2013 à 2021).
Figure N° 04	Evolution de l'emploi par le statut de la PME en Algérie
Figure N° 05	Concentration des PME par région en 2021
Figure N° 06	Répartition des PME privés par secteur d'activité entre 2016 et 2021
Figure N° 07	Répartition des PME publiques par secteur d'activité entre 2016 et 2021
Figure N° 08	Evolution de la contribution de la PME à la création de l'emploi 2016 –
Figure N° 09	2021
Figure N° 10	Evolution de la contribution des PME à la création de la valeur ajoutée 2013

SOMMAIRE

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Introduction générale...../.....1

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation...../.....4

Section 01 : Cadre conceptuel de la PME...../.....5

Section 02 : Les théories et les modalités d'internationalisation des entreprises/.....14

Section 03 : L'internationalisation sur les PME...../.....27

Chapitre 02 : Les PME en Algérie : caractéristiques et évolution...../.....35

Section 01 : Etat des lieux des PME en Algérie.....36

Section 02 : Evolution et répartition des PME en Algérie.....42

Section 03 : Contribution de la PME au développement du pays.....52

Chapitre 03 : Les PME face au défi des exportations en Algérie.....57

Section 01 : Le cadre général des exportations en Algérie.....58

Section 02 : Les outils de promotion des exportations en Algérie.....65

Chapitre 04 : La réalité des PME exportatrices de la Wilaya de Bejaia.....73

Section 01 : Présentation de la méthodologie de recherche et du lieu de stage.....74

Section 02 : Présentation et interprétation des résultats de l'enquête.....82

Conclusion générale.....89

Bibliographie

Annexe

Table des matières

Introduction générale

Introduction générale

Introduction générale

L'internationalisation a été apparue grâce à la croissance des échanges internationaux liée à l'ouverture des économies mondiales, qui est devenu un impératif pour les entreprises qui veulent s'inscrire dans le processus de la mondialisation et non pas un choix.

Toutefois, si l'internationalisation peut être perçue comme une stratégie d'extension ou de croissance des marchés, cette orientation peut prendre différentes formes de s'engager sur les marchés étrangers depuis l'exportation jusqu'à la détention de filiales à l'étranger. L'exportation est souvent la première activité choisie par les entreprises. L'objectif de ce travail n'est pas de faire une analyse exhaustive de la situation des PME à vocation exportatrices en Algérie mais de se concentrer sur les facteurs qui conditionnent les exportations des PME dans le contexte d'un pays en développement qu'est l'Algérie.

La redynamisation des PME pourrait être la solution à ce problème en améliorant encore la balance commerciale, en produisant en Algérie certains des produits qui sont aujourd'hui importés, car le pays dispose maintenant des moyens pour pouvoir produire sur place certains de ces produits, et même d'avoir un panel de PME exportatrices, d'autant plus que les ressources sont moins chères¹.

« L'avenir de l'Algérie réside dans le développement des PME, ce sont des milliers d'entreprises constituées dans des domaines porteurs qui pourront développer le pays, réseau PME véritable colonne vertébrale de l'économie nationale² »

A cet égard, les PME ayant réussi à inscrire leur présence dans les marchés étrangers, choisissent l'exportation comme forme essentielle de leur internationalisation. Elle leur offre une certaine sécurité et un engagement limité des ressources, tout en leur permettant de bénéficier des principales opportunités d'internationalisation.

Dans cette optique, notre recherche nous mène à cerner notre problématique autour de la question centrale suivante :

¹BOUZROUATA I, « Les PME comme moyen de développement des exportations hors hydrocarbures : Limites et perspective » mémoire de magister en science économiques, université d'Oran, 2009.

²LAMIRI A., Crise de l'économie algérienne, Les presses d'Alger, Alger, 1999, p. 256.

Introduction générale

Dans quelle mesure les PME Algériennes contribuent-elles à la diversification de l'économie via les exportations ?

Dans le cadre de la présente recherche, nous essayerons d'apporter des réponses aux questions suivantes :

1. Qu'est ce qui caractérise les PME algériennes ?
2. Quels sont les facteurs qui assistent les PME algériennes afin d'atteindre les marchés internationaux ?
3. Quels sont les obstacles qui entravent les PME exportatrices en Algérie ?

A partir de ces questions nous proposons les hypothèses suivantes :

H1 : Les PME algériennes ne contribuent pas efficacement à la diversification de l'économie nationale suite au manque d'appui et de soutien des autorités publiques.

H2 : Les PME algériennes souhaitent pénétrer les marchés internationaux, cependant, elles sont entravées es par de nombreux obstacles financiers et administratifs.

Pour pouvoir confirmer ou infirmer les hypothèses énoncées, nous avons réalisé une recherche documentaire et bibliographique en s'appuyant sur des ouvrages, des thèses de doctorats, des mémoires de magistères, des articles de revues et des sites web liés au sujet d'étude.

De même, nous avons effectué un stage pratique au sein d'une PME de la Wilaya de Bejaia, à savoir SNC KHODJA, et à fin d'avoir plus d'informations sur la thématique traitée, nous avons réalisé des entretiens avec trois PME de la Wilaya de Bejaia

Notre travail se présente en quatre chapitres, devancé naturellement par une introduction générale dans laquelle nous avons décrit l'importance du sujet, la problématique de notre recherche, et des hypothèses à vérifier.

D'une part, une partie théorique basée essentiellement sur une recherche bibliographique et collecte des données subdivisées en trois chapitres.

Le premier chapitre traite le cadre conceptuel des PME et leur internationalisation.

Les PME en Algérie est l'objet du deuxième chapitre, composé de trois sections, dans la première nous avons défini les PME en Algérie, historique et caractéristiques, la deuxième section quant à elle sert à donner des éclaircissements sur l'évolution des PME en Algérie, la troisième section traité la contribution de la PME au développement du pays.

Introduction générale

Les PME face au défi des exportations en Algérie est l'objet du troisième chapitre, dans ce dernier nous avons essayé de dresser un état des lieux, de ces entreprises ainsi que les mesures d'appui et de soutien à l'exportation mise en place par l'Etat.

Quant au cas pratique, il est basé sur deux sections : En premier lieu nous présentons de la méthodologie de recherche adoptée, et en deuxième lieu nous présentons et interprétons des résultats de l'enquête menée auprès de quelques PME de la Wilaya de Bejaia.

Chapitre 01
Cadre conceptuel des
PME et
l'internationalisation

Chapitre 01 Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

Introduction

Les PME jouent un rôle crucial dans le développement économique de nombreux pays (pays développés et pays en voie de développement), elles constituent l'un des éléments indispensables pour l'intégration et la diversification de ces économies, mais aussi une source de croissance socioéconomique.

L'internationalisation de l'entreprise fait partie de l'essor du commerce international et de la mondialisation. Après avoir été développée localement et avoir profité de l'ensemble de ces avantages concurrentiels, l'entreprise pose la question de l'ouverture de ses activités au marché extérieur. L'internationalisation d'entreprises a fait l'objet de plusieurs théories de la part des économistes.

Dans ce chapitre, nous présenterons d'abord la définition de la PME, ses caractéristique et ses spécificités, ses forces et faiblesse et son rôle dans l'économie mondiale. Ensuite, nous aborderons les facteurs de l'internationalisation de l'entreprise et enfin les théories et les modalités de l'internationalisation des PME.

Section 01 : Cadre conceptuel de la PME

Dans cette section, nous allons traiter la PME selon plusieurs définitions. Nous allons d'abord présenter les caractéristiques et classifications des PME selon deux approches puis nous aborderons leurs forces et faiblesses.

1-1 Définition des PME

Les définitions de la PME sont multipliées, il n'existe pas une définition unique et universelle.

Selon R. WTTTERWULGHE : « Devant les diversité économique et juridiques, il n'est pas étonnant que la problématique de la définition de la petite et moyen entreprise, ait fait beaucoup d'encre. Cependant, tant au point de vue juridique qu'économique, il n'existe pas à l'heure actuelle une définition exhaustive de la PME³ ».

Selon Julien et Morel (1986)⁴, il n'existe pas une définition exacte et précise des PME : « la PME est un concept flou dont les définitions varient ».

³WTTTERWULGHE R., La PME une entreprise Humaine, De Boeck., Bruxelles, Belgique, 2008, p. 14.

⁴JULIEN et MOREL : « La PME une entreprise humaine », édition de Boeck, Paris, 1998, P13.

Chapitre 01 Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

Les PME sont des entités, mesurées par des critères quantitatifs tels que la taille, nombre d'employés, le bilan annuel et le chiffre d'affaires, et par des critères qualitatifs qui englobent la responsabilité personnelle du dirigeant, la propriété personnelle ou familiale du patrimoine social. Selon la dimension humaine : « La PME est une unité de production ou de distribution, une unité de direction et de gestion, sous l'autorité d'un dirigeant entièrement responsable de l'entreprise dont il est souvent lui-même propriétaire et qui est directement lié à la vie de l'entreprise ⁵».

Autrement dit, la PME « est l'entreprise dans laquelle, le chef d'entreprise assume personnellement les responsabilités financières, techniques, sociales et morales de l'entreprise, quelle que soit la forme juridique de celle-ci⁶ ».

1.2 Les approches de la PME

Nous pouvons aborder la PME selon deux approches à savoir l'approche qualitative et l'approche quantitative. Nous distinguons :

1.2.1 L'approche qualitative

La PME est une unité de production ou de distribution, une unité de direction et de gestion, sous l'autorité d'un dirigeant entièrement responsable de l'entreprise, dont il est souvent propriétaire et qui est directement lié à la vie de l'entreprise⁷.

Selon le rapport Bolton « la PME est une entreprise qui, en terme économique, ne possède qu'une part relativement petite d'un marché, dirigée par ses propriétaires d'une manière personnalisée et indépendante ⁸».

⁵MARCHESNAY M. : « La petite entreprise », Vuibert Gestion, Paris, 1988, p2.

⁶BOUKROU A : « Essai d'analyse des stratégies de pérennité dans les PME », mémoire de Magister en Science Economiques, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 2011, p16.

⁷SEKKAL.H « Forces et faiblesses de la PME privée Algérienne », mémoire de Magistère, université d'Oran, 2010. P89.

⁸WTTEWULGHE R., op. cit., p16.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

1.2.2 L'approche quantitative

Selon la Commission Européenne « sont considérées comme PME, toute entreprise employant moins de 250 personnes, dont le chiffre d'affaires n'excède pas 27 millions d'euros, et qui respectent un critère d'interdépendance, c'est-à-dire les entreprises qui ne sont pas détenues à la hauteur de 25% ou plus du capital par une ou plusieurs grandes entreprises »⁹. Selon la commission, il existe trois catégories de PME¹⁰.

Tableau N°1 : Les différents types des PME

Critères	Effectifs	Chiffre d'affaires	Total du bilan
Type d'entreprise			
Micro-entreprise	1 à 9	2 millions d'euros	2 millions d'euros
Petite entreprise (PE)	10 à 49	10 millions d'euros	10 millions d'euros
Moyenne entreprise (ME)	49 à 250	50 millions d'euros	43 millions d'euros

Source : Revue problèmes économique, octobre 2005, n°2885, page 12

1.3 Définition de PME selon les différents pays

Les PME sont souvent distinguées selon leur taille, mesure d'effectif et de chiffres d'affaires, néanmoins, la taille retenue n'est pas universelle, les limites diffèrent selon¹¹ :

1.3.1 L'union Européenne

Adopte une recommandation sur la définition des PME (en 1996, actualisée en mai 2003), les PME sont constituées des entreprises qui occupent moins de 250 salariés et dont :

- Soit le chiffre d'affaires n'excède pas 50 millions d'euros ;
- Soit le total de bilan annuel n'excède pas 43 millions d'euros¹².

⁹WTTEWULGHE R., Op.ci, P28

¹⁰<http://ec.europa.eu/eurostat/fr/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme>.

¹¹JULLETIN DE VIELLE : « Mise à niveau PME création d'entreprise ». 2012. Page.1

¹²NATHALIE D, ISABLE D, « économie de l'entreprise la stratégie des PME », 2005, p01, disponible sur <http://www.oeconomia.net/Privat/cours/économie entreprise/thème/strategiepme.pdf>.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

1.3.2 Etats-Unis

Contrairement aux états européens, la définition donnée aux PME aux Etats- Unis diffère selon le secteur d'activité de ces dernières. En effet, la PME est définie selon deux critères cumulatifs¹³.

- L'indépendance, tant pour la détention du capital que la gestion ;
- L'absence de position dominante dans son marché.

Les autres critères qualitatifs varient selon les secteurs d'activité. Selon la Small business ACT (SBA), le seuil de l'effet global d'une PME est fixé à 500 salariés mais pourrait être étendu à 1500 dans l'industrie manufacturière. Le chiffre d'affaires varie également : il doit être inférieur à 5 millions de dollars dans les services, à 13,5 millions dans les activités commerciales et ne doit pas excéder 17 millions de dollars dans le secteur de constitution.

1.3.3 Au canada

Une « petite ou moyenne entreprise » (PME) ne doit généralement pas employer plus de 500 personnes, ne pas avoir un actif supérieur à 25 millions de dollars et ne doit pas être détenue à plus 25% de son capital. Selon la confédération générale des petites et moyennes entreprises, les PME se répartissent de la façon suivante : les petites entreprises sont celles qui regroupent de 5 à 50 salariés ; les moyennes entreprises se définissent de façon variable suivant les pays et le secteur d'activité, avec maximum généralement fixé à 500 salariés¹⁴.

1.3.4 En Algérie

La loi n° 01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la PME définit la PME algérienne comme « une entreprise de production des biens et des services, quel que soit son statut juridique, employant entre 1 à 250 personnes à plein temps pendant une année, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliard de DA ou dont le totale bilan n'excède pas 500 million de DA et qui respect le critère d'indépendance ». Comme nous allons détail dans le deuxième chapitre.

¹³CDVM, « le financement des PME au Maroc », conseil déontologique des valeurs mobilières, Mai 2011, p8.

¹⁴<http://www.dip3.ca/category/pme/> consulter le 04/10/2020

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

2. Les caractéristiques des PME

Les PME sont considérées comme des entités particulières, qui sont dotées de spécificités et caractéristiques propres à elles¹⁵ :

- **La taille de l'entreprise** : Les PME sont caractérisées par leurs petites tailles du fait du nombre limité de l'effectif, du chiffre d'affaires ou encore du total du bilan.
- **La centralisation de la gestion** : La prise de décision et la gestion dans les PME se concentre et se fait de façon personnelle par le patron-gérant, ce qui entraîne une dépendance envers ce dernier. Il occupe le rôle central dans la PME, est en même temps entrepreneur, manager et organisateur. Ses propres inspirations et aptitudes influencent son style de commandement et le choix de ses objectifs.
- **Une faible spécialisation** : La spécialisation vient avec une plus grande taille, le passage de production variées, sur commande ou de très petites séries à une production en série et répétitive, c'est ainsi qu'à mesure que la firme grandie, elle doit mettre sur pied plusieurs niveaux organisationnels.
- **Une stratégie intuitive ou peu formalisée** : Dans les grandes entreprises, il y a lieu de préparer des « plans » relativement précis des actions à venir pour que toute la direction puisse s'y référer. Dans les petites entreprises, le propriétaire-dirigeant est suffisamment proche de ses employés clés pour leur expliquer, au besoin, tout changement de direction.
- **Un système d'information interne simple ou peu organisé** : Dans les petites organisations, la circulation de l'information est facile soit par dialogue ou par perception directe. Le propriétaire-dirigeant n'a pas besoin d'intermédiaires entre lui et les salariés pour échanger les informations et les réalités quotidiennes. La communication suit un circuit court et direct, ce qui induit une forte culture organisationnelle à laquelle tout le monde participe.
- **Un système d'information externe simple** : Pour collecter les informations dans l'environnement externe, le propriétaire-gérant s'informe directement auprès des clients et de ces fournisseurs pour mieux comprendre les besoins et détecter les nouveautés.

¹⁵JULIEN P., « Vers une typologie multicritère des PME », revue internationale PME, 1990, vol 3, n°3-4, p. 411-425.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

- **Une polyvalence des membres du personnel** : Vu le nombre restreint des salariés dans la PME, ils réalisent différentes activités et tâches et occupent plusieurs postes. Ce sont des agents polyvalents, ce qui leur permet de prendre certaines initiatives (souvent ils manquent de compétences spécifiques).

3. Classification de PME

Nous pouvons distinguer¹⁶ :

3.1 Classification par secteur économique

- Secteur primaire (agriculture, sylviculture, pêche, parfois mines) ;
- Secteur secondaire (industrie, bâtiment et travaux publics) ;
- Secteur tertiaire (services).

On distingue aussi, parfois, un secteur quaternaire (recherche, développement et information).

- a- Le secteur primaire** : Comprend l'agriculture, la pêche, l'exploitation forestière et l'exploitation minière. On désigne parfois les trois dernières par le terme « autres industries primaires ». Les industries primaires sont liées à l'extraction des ressources de la terre.
- b- Le secteur secondaire** : Regroupe les activités liées à la transformation des matières premières issues du secteur primaire (industrie manufacturière, construction). Ce secteur est considéré comme stratégique ; il fournit des emplois d'ingénieur et du travail de recherche et développement à des entreprises du secteur tertiaire. Activités du secteur secondaire : Agroalimentaire, Artisanat, Automobile, Astronautique, Bâtiments et travaux publics (BTP), Construction électrotechnique, Construction ferroviaire, Construction mécanique, Construction navale, Industrie chimique, Industrie pharmaceutique, Industrie spatiale, Électronique, Électroménager, Énergétique, Industrie textile, Industrie papetière, Industrie du bois, Production d'énergie (centrale électrique, gaz) ...
- c- Le secteur tertiaire** : Est défini par exclusion des deux autres secteurs : il regroupe toutes les activités économiques qui ne font pas partie du secteur primaire ou du secteur secondaire. Il s'agit du secteur qui produit des services. Dans les pays développés, c'est de loin le secteur le plus important en nombre d'actifs occupés. On distingue le secteur

¹⁶<http://patrick.monassier.free.fr>

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

tertiaire marchand du secteur tertiaire non marchand, ce dernier comprenant la production de services non échangeables comme la justice, la sécurité, etc.

3.2 Classification par taille

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

- **Micro-entreprise** : Sous-catégorie des TPE définie par un chiffre d'affaires inférieur à 76300 euros pour celles réalisant des opérations d'achat-vente et à 27000 euros pour les autres.
- **Très petite entreprise (TPE)** : Moins de 10 salariés avec soit un chiffre d'affaires inférieur à 2 millions d'euros par an, soit un total bilan inférieur à 2 millions d'euros.
- **Petite entreprise (PE)** : Entre 10 salariés et 49 salariés avec soit un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions d'euros par an, soit un total bilan inférieur à 10 millions d'euros.
- **Moyenne entreprise (ME)** : Entre 50 salariés et 249 salariés avec soit un chiffre d'affaires inférieur à 50 millions d'euros par an, soit un total bilan inférieur à 43 millions d'euros.

4. Les forces et faiblesses de PME

4.1 Les forces de la PME

Nous pouvons regrouper les forces des PME dans les points suivants ¹⁷ :

- La PME présente généralement une structure simple et flexible qui lui permet d'être réactive à toute modification de l'environnement. Cette organisation entraîne de faibles coûts de structure, ce qui peut lui donner un avantage concurrentiel par rapport à la grande entreprise (GE) ;
- Les niveaux hiérarchiques étant souvent très réduits, les processus de décisions sont plus rapides pour régler les problèmes liés à l'activité. L'information circule également, de manière plus efficace, même si elle revêt un caractère informel ;
- Dans les PME, les salariés peuvent être plus motivés que dans une GE. En effet, ils peuvent se sentir plus impliqués dans la pérennité de la PME, car, cette dernière n'offre pas toutes les possibilités d'une GE. En cas de licenciement ; de plus la taille de la PME, permet aux salariés d'être plus souvent associés aux prises de décisions.
- La modestie de la taille des PME leur permet une gestion du personnel plus efficace et plus économe.

¹⁷MOEZ A, " les sources de financement des PME et la mise en place du marché alternative Tunisian", mémoire online, maîtrise en science comptables, IHEC Carthage, 2007.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

4.2 Les faiblesses de la PME

Les principales faiblesses des PME peuvent être citées dans les points suivant ¹⁸ :

- La taille de la PME est aussi un handicap ; en effet, la PME est fragile de par son domaine d'activité ; si la PME est mono-produit, une chute de la demande entraînera une baisse des revenus que la PME ne pourra pas compenser par un autre produit ;
- La PME qui dépend d'un seul client, par exemple dans la grande distribution, ou d'un seul fournisseur s'expose à un risque économique très important ;
- La PME peut également rencontrer des problèmes de financement liés à son développement. En effet, les banques sont souvent réticentes à accorder des crédits quand les PME ne sont pas adossées à de grands groupes
- Les micro-entreprises et les petites entreprises, pour la plupart d'entre elles, tiennent une comptabilité incomplète et inadéquate ;
- Quasi absence de niveaux hiérarchiques.

5. Le rôle des PME dans l'économie

Les PME jouent un rôle primordial dans le système socio-économique par leurs atouts intrinsèques.

Il est établi qu'elles constituent un pas dans l'industrialisation et la dépoliarisation des activités économique¹⁹.

- **La création d'emploi** : Les PME sont un véritable moteur de la création d'emplois. Selon le bureau international de travail²⁰, les PME disposent d'un atout important. Les possibilités d'emploi créent par ces entreprises utilisent relativement moins de capital, que celles engendrées par les entreprises plus grandes. Globalement, les observations provenant de nombreuses économies, mettent en évidence le rôle des PME dans la création d'emploi, mais la situation varie selon la taille et le type des PME ainsi que selon les économies. Mais quelque soient les études et les pays considérés, les différents auteurs s'accordent à constater que depuis les années 70, la performance des PME en matière d'emploi est meilleure que celle des grandes entreprises²¹.

¹⁸Moez AHMED, op. Cit

¹⁹OCDE, « Promouvoir les PME pour œuvrer au développement, revue de l'OCDE sur le développement, 2004, n°5, 38-41p.

²⁰BUREAU INTERNATIONAL DU TRAVAIL, les petites et moyennes Entreprises et la création d'emploi décents et productifs, Genève, Suisse, Bureau international du travail, coll. « 104eme session », 2015, P .1.

²¹HAMOUCHE.F : « La contribution de la PME à la création d'emploi », mémoire de Master en Sciences

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

- **La croissance économique :** Les PME jouent le rôle de catalyseur de croissance dans la majeure partie des pays industrialisés, elles participent dans la formation de produit intérieur brut (PIB) de ces économies. Selon l'organisation de coopération pour le développement économique (OCDE), les PME représentent 30 à 70% du PIB des économies occidentales, elles ont une part importante dans la création de richesse. De ce fait, les PME génèrent²² :
 - Plus de 55 % du PIB et plus de 65 % du nombre total d'emplois dans les pays à revenu élevé ;
 - Plus de 60 % du PIB et plus de 70 % du nombre total d'emplois dans les pays à faible revenu ;
 - Plus de 95 % du nombre total d'emplois et environ 70 % du PIB dans les pays à revenu intermédiaire.

Ces chiffres donnent un aperçu du rôle primordial que les PME jouent dans le système socio-économique.

- **PME source d'innovation :** A partir du moment où les PME engagées dans un processus d'innovation, sont considérées comme des entreprises innovantes.

Au niveau du produit : C'est la création d'un nouveau produit, ou l'amélioration d'un produit existant déjà.

Au niveau des procédés : C'est l'amélioration des moyens matériels et immatériels.

Au niveau de l'organisation : C'est l'amélioration des méthodes de travail, et la division des tâches.

- **PME source majeur de recette à l'exportation :** Les PME sont une source majeure de Recettes à l'exportation pour certains pays en développement, elles interviennent de tous les jours avec force sur les marchés extérieurs, du fait de leurs diversités et de leurs capacités de s'adapter aux aléas du marché.

Dans cette section, nous avons traité la PME à travers sa définition, ses caractéristiques et ses impacts sociaux économique.

Economiques, option Economie Appliquée et Ingénierie Financière, Université de Bejaia, 2012/2013, P21, 22 et 24.

²²BILLON.J, Ministre du commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME, « Rôle des PME dans l'économie », Hotel Tiama, République de Côte d'Ivoire, 2013.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

Section 02 : Les théories et les modalités d'internationalisation des entreprises

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

2.1 Définition de l'internationalisation des PME

L'ouverture internationale expose les PME à davantage de risques, en raison de leur méconnaissance des marchés étrangers, de leur manque d'expérience internationale et des évolutions souvent imprévisibles des contextes locaux (Jain, Kothari et Kumar, 2016 ; Ojala, 2015). De même, le manque de ressources vient accroître l'incertitude perçue dans la mesure où tout échec à l'international pourrait influencer négativement la pérennité des PME (Child et Hsieh, 2014). Les dirigeants de PME sont alors amenés à collecter un maximum d'informations – générales et/ou spécifiques – auprès d'une grande diversité d'acteurs en vue de pallier la forte incertitude perçue et de compenser leur manque d'expérience relative au marché cible²³.

2.2 Les théories de l'internationalisation des PME

2.2.1 La théorie béhavioriste

Les chercheurs s'accordent à distinguer deux voies d'analyse de l'internationalisation dans ce courant : le modèle dit « Uppsala » (JOHANSON et VAHLNE, 1977) et le modèle dit d'innovation (BILKEY et TESAR, 1977 ; CAVUSGIL, 1980 ; Reid, 1981 ; CZINKOTA et TESAR, 1982).

- **Modèle « Uppsala »** Le modèle « Uppsala » (*U-model*) a été développé initialement par l'école suédoise de JOHANSON, WIEDERSHIEM-PAUL et VAHLNE (1975 & 1977). L'explication s'appuie sur deux concepts fondamentaux que l'on peut considérer comme l'apport principal de cette école : le processus d'apprentissage et la distance psychologique.

En analysant l'internationalisation comme un processus d'apprentissage graduel, ce modèle place l'expérience acquise par le dirigeant et l'organisation progressivement comme la

²³Un article de la revue [Revue internationale P.M.E.](https://id.erudit.org/iderudit/1069282ar) Volume 33, numéro 1, 2020, p. 13–40. <https://id.erudit.org/iderudit/1069282ar> adresse copiée une erreur s'est produit

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

clé de cette internationalisation (JOHANSON et VAHLNE, 1977). Ainsi, en intégrant des connaissances tirées de cette expérience sur les marchés étrangers, l'entreprise alimente son processus de décision.

L'internationalisation devient alors le résultat d'une série de décisions incrémentales. A partir de l'étude des firmes suédoises, ces auteurs constatent qu'elles suivent un processus séquentiel composé de quatre stades :

- Activités d'exportations irrégulières et opportunistes ;
- Exportation *via* un agent indépendant ;
- Implantation d'une succursale/filiale de vente
- Production dans le pays étranger.

La seconde contribution concerne la distance psychologique. Johanson et Vahlne (1977) définissent ce concept comme l'ensemble des différences culturelles et linguistiques ayant une influence sur la circulation de l'information et la prise de décision dans les transactions internationales. Ils utilisent ce concept pour expliquer qu'à mesure que l'expérience internationale s'accroît, la distance psychologique qui sépare une PME des nouveaux territoires étrangers se réduit. Cette diminution de la distance psychologique favorise une progression plus étendue et une utilisation plus complète des opportunités offertes par les différents pays servis²⁴.

- **Modèle d'innovation :** Le modèle d'innovation (*I-model*) conçoit l'internationalisation comme un processus dont les étapes sont analogues à celles de l'adoption d'un produit nouveau (Rogers, 1962, cité dans GANKEMA et al. 2000). En effet, un certain nombre d'auteurs ont retenu cette vision pour décrire l'internationalisation des PME. Les modèles les plus connus sont ceux de BILKEY et TESAR (1977), CAVUSGIL (1980), CINZKOTA (1982) et Reid (1981). Tous ces modèles considèrent chaque étape à franchir comme une innovation pour l'entreprise (GANKEMA et al, 2000 ; GEMSER *et al*, 2004 ; Li *et al*, 2004). Les seules différences entre ces modèles se situent dans le choix des étapes, leur nombre et dans le mécanisme initiateur de l'internationalisation.

La principale différence entre les études composant l'I-modèle est l'interprétation des moteurs de l'exportation (Andersen 1993). Dans le cas de BILKEY et TESAR (1977) et CZINKOTA 1982) la première étape se caractérise par un désintéressement d'une entreprise

²⁴<https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2009-2-page-52.htm>

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

vis-à-vis de l'internationalisation. C'est seulement dans la deuxième étape, qu'elle est prête à répondre à des sollicitations extérieures²⁵.

2.2.2 La théorie de cycle de vie d'un produit

Le concept de cycle de vie du produit pour l'internationalisation des firmes est basé sur la logique du commerce international. Ce concept est présenté dans la théorie économique de Raymond Vernon (1979). Il essaie d'expliquer l'émergence du commerce et l'investissement international en utilisant directement le concept de cycle de vie du produit. Selon la théorie de Vernon, l'innovation et la production d'un nouveau produit passent par différents stades: le lancement d'un nouveau produit dans un pays qui dispose de d'avantage technologique, l'exportation lors de la phase de croissance de produit, la production à l'étranger et la réexportation vers le marché domestique et vers d'autres marchés lors de la phase de maturité et de déclin du produit²⁶.

Le cycle de vie d'un produit suit les 5 étapes suivantes²⁷ :

- **Recherche & développement** : Le produit est en développement, en gestation, les coûts sont importants et la rentabilité du produit est nulle. Pendant cette étape le produit représente une perte pour l'entreprise.
- **Lancement** : Le produit arrive sur le marché, les coûts liés à la promotion et à la production du produit ne lui permettent pas d'être rentable.
- **Croissance** : À cette étape de son cycle de vie, le produit devient rentable pour l'entreprise grâce aux économies d'échelle. Le produit commence à gagner des parts de marché, l'objectif étant de maintenir cette étape de croissance le plus longtemps possible, ceci en jouant notamment sur les éléments du marketing mix.
- **Maturité** : Le produit ne connaît plus de croissance, il ne gagne ni ne perd de part de marché. La rentabilité est forte mais elle stagne. Les coûts de production sont faibles car le processus est maîtrisé. Cependant il est impératif de continuer la promotion du produit, dont les coûts ne peuvent pas être réduits, car elle garantit la longévité de ce produit. Lors de cette étape du cycle de vie du produit, l'entreprise a tout intérêt à

²⁵PISAREK.W « stratégies d'internationalisation des PME, les apports en terme de conceptualisation du processus », Université Paris 1 PANTHEON-SORBONNE, juin 2011, P15.

²⁶NGUYEN THI KIM HANH, « décision et performance à l'exportation ; une étude empirique des entreprises manufacturières des chaussures vietnamiennes », octobre 2006, Université du Québec à Montréal, P. 38.

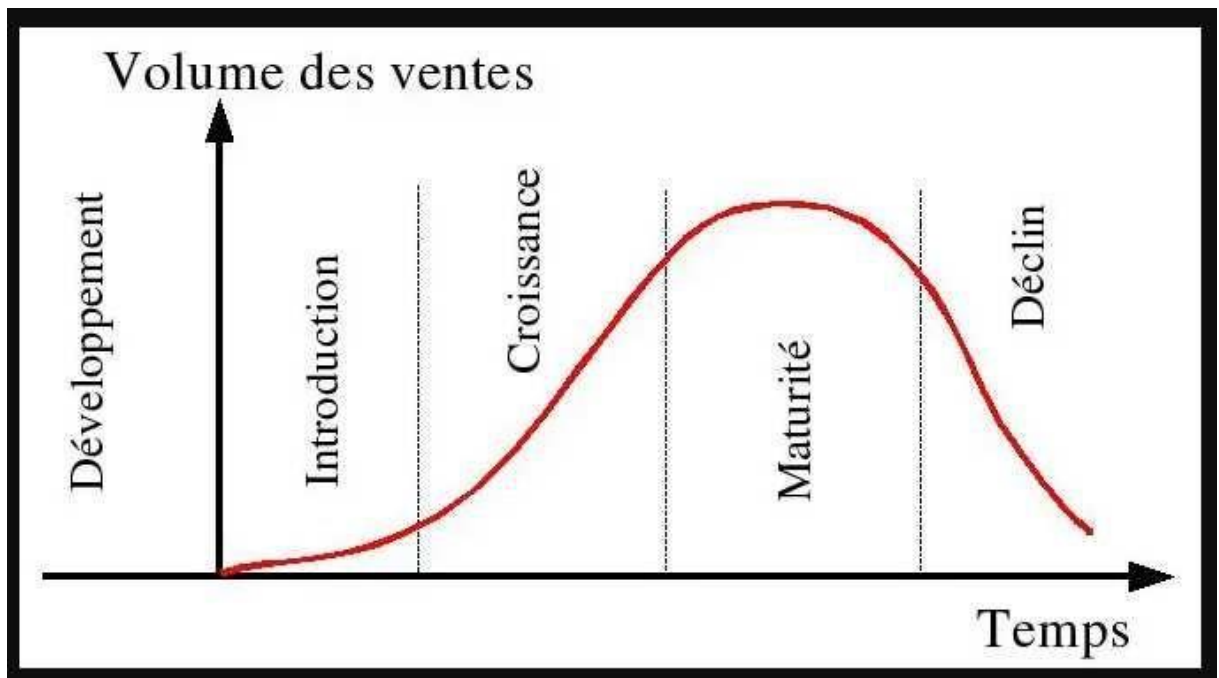
²⁷ <https://www.leblogdudirigeant.com/cycle-de-vie-produit/> Consulté le 2022.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

investir dans de nouveaux produits en injectant les profits liés à la rentabilité du produit mature dans l'innovation.

- **Déclin** : Le produit est en fin de vie, ses parts de marché et sa rentabilité diminuent. Ce déclin est le signe d'une perte d'intérêt des consommateurs envers ce produit ou de l'arrivée d'un produit de substitution venant s'accaparer le marché du produit vieillissant.

Figure N°1 : Courbe de Cycle de vie de produit



Source : J. AMELON, J. CARDEBART, « les nouveaux défis de l'internationalisation » ; P.139

Commentaire

Cette courbe du cycle de vie d'un produit en 4 phases est intéressante, mais, comme tous les modèles, elle est loin de s'appliquer aussi linéairement pour tous les produits. Nous avons remarqué une forte augmentation dans les troisièmes phases, stabilité dans la phase maturité et diminution dans la dernière phase.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

2.2.3 La théorie de réseau

L'approche par réseaux trouve ses origines dans la prolongation des travaux de METTSON et JOHANSON (1988) et JOHANSON et VAHLNE (1990)²⁸ du modèle UPPSALA, cela pour insister sur l'importance de la position de la firme dans le réseau et expliquer les motivations et modalités de l'internationalisation dans ce cas l'internationalisation est décrite comme un réseau qui se développe à travers les relations commerciales réalisées avec d'autres pays selon trois étapes :

- La prolongation : C'est la première démarche entamée par les entreprises pour intégrer le réseau, elle est accompagnée par les investissements nouveaux pour la firme ;
- La pénétration : Elle est liée au développement des ressources et des positions de l'entreprise au sein du réseau ;
- L'intégration : Elle constitue une étape avancée où la firme est liée à plusieurs réseaux nationaux qu'elle doit coordonner.

2.2.4 La théorie des ressources

L'approche par les ressources est basée sur l'appropriation d'attributs soutenables et difficilement imitables de la firme qui sont source de rentes économiques et d'avantages concurrentiels soutenables, elle renvoie non seulement à la propriété des ressources, mais également à la capacité dynamique d'apprentissage organisationnel à développer de nouvelles ressources (PENROSE, 1959 ; PRAHALAD et Hamel, 1990 ; TEECE et al, 1997). TEECE et al (1997) insistent sur les capacités comme mécanisme par lequel la firme apprend et accumule de nouvelles compétences et capacités pour déployer et coordonner différentes ressources.

Selon cette théorie, « toutes les ressources possédées par une entreprise ne lui confèrent pas un avantage concurrentiel durable. Les ressources stratégiques sont celles qui sont rares durables, difficiles à transférer et à imiter ».

2.2.5 La théorie électrique (Paradigme OLI)

À partir des années 1980, les chercheurs ont tenté de fournir des explications plus complètes des stratégies de localisation. Le modèle de « l'expansion à l'étranger » et en particulier sa version « paradigme éclectique » a constitué le modèle conceptuel dominant dans la recherche en management international pendant les deux dernières décennies. Dans son

²⁸KHAYAT.I « l'internationalisation des PME : vers une approche intégrative », 7ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 2004 Montpellier.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

approche éclectique, se penche sur la question du mode d'entrée sur un marché étranger. Il explique que le choix entre la licence, l'exportation et l'investissement direct à l'étranger est guidé par trois d'avantages « OLI »²⁹

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

L : Avantage à la localisation ou Location : Qui signifie que l'actif doit être durable pour l'entreprise de l'exploiter à l'étranger plutôt que dans le pays d'origine. C'est un avantage de la localisation à l'étranger. Il s'agit ici de rechercher les débouchés qui minimisent les coûts de production, de commercialisation ;

I : Avantage à l'internationalisation ou Internalisation avantage : S'explique par la capacité de l'entreprise à manager et coordonner les activités à l'interne.

Tableau N°2 : Le modèle de choix de mode d'entrée /de pénétration du DUNNING

Avantages Mode de pénétration des marchés étrangers	O	L	I
Investissement direct à l'étranger	+	+	+
Exportation	+	-	-
Cession de licence	+	-	-

Source : Jean-Paul Lemaire « stratégie d'internationalisation », 3e Edition, DUNOD, 2013, P220.

Commentaire

Dans ce tableau suivant en explique les trois avantages (OLI) sont réunis, l'implantation sera sous forme d'investissement direct à l'étranger, si elle possédé un avantage spécifique et

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

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

un avantage à l'internationalisation (OI) le choix sera une exportation et enfin si elle détient qu'un avantage spécifique (O) le choix préférable c'est une vente de licence ou l'accord contractuelle.

2.3 Les modalités de l'internationalisation des PME

2.3.1 L'exportation

2.3.1.1 Définition d'exportation

L'exportation se définit comme le transfert de marchandises ou de services à travers les frontières. Elle correspond à la première phase de développement international de l'entreprise. Ainsi « On entend par exportation, la vente à l'étrangère d'un produit fabriqué dans un pays d'origine. L'exportation peut-être directe ou indirecte »³⁰

2.3.1.2 Les différents modes de l'exportation

Il existe trois grandes techniques d'exportation : l'exportation directe, indirecte et concertée.

a- L'exportation directe

L'exportation permet à l'entreprise d'acquérir la première expérience sur les marchés étrangers, pour lequel elle est autonome dans la gestion de son activité commerciale.

L'entreprise qui adopte cette technique, doit maîtriser la commercialisation, assumer les risques commerciaux à l'étranger.

L'exportation directe est réalisée par l'entreprise, sans aucun intermédiaire.

Parmi les formules d'exportation directe, on distingue :

- Sous forme d'une vente directe ;
- Avec un représentant salarié ;
- Avec un agent commissionné.

b- L'exportation indirecte

L'exportation indirecte consiste à pénétrer un marché étranger à l'aide d'un intermédiaire local ou étranger pour assurer son entrée sur le marché ciblé,

³⁰MAYHOFER. U, « Le Management stratégique », Ed. Bréal, 2007, p106.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

L'entreprise choisie l'exportation indirecte pour contourner les difficultés liées à l'exportation directe, ceci pour plusieurs raisons sont partager les couts et les risque, se rapprocher des clients étrangers, facilité le mécanisme d'adaptation des produits.

Parmi les formules d'exportation directe, on distingue :

- La société de commerce international (SCI) ;
- L'importateur ;
- Les concessionnaires.

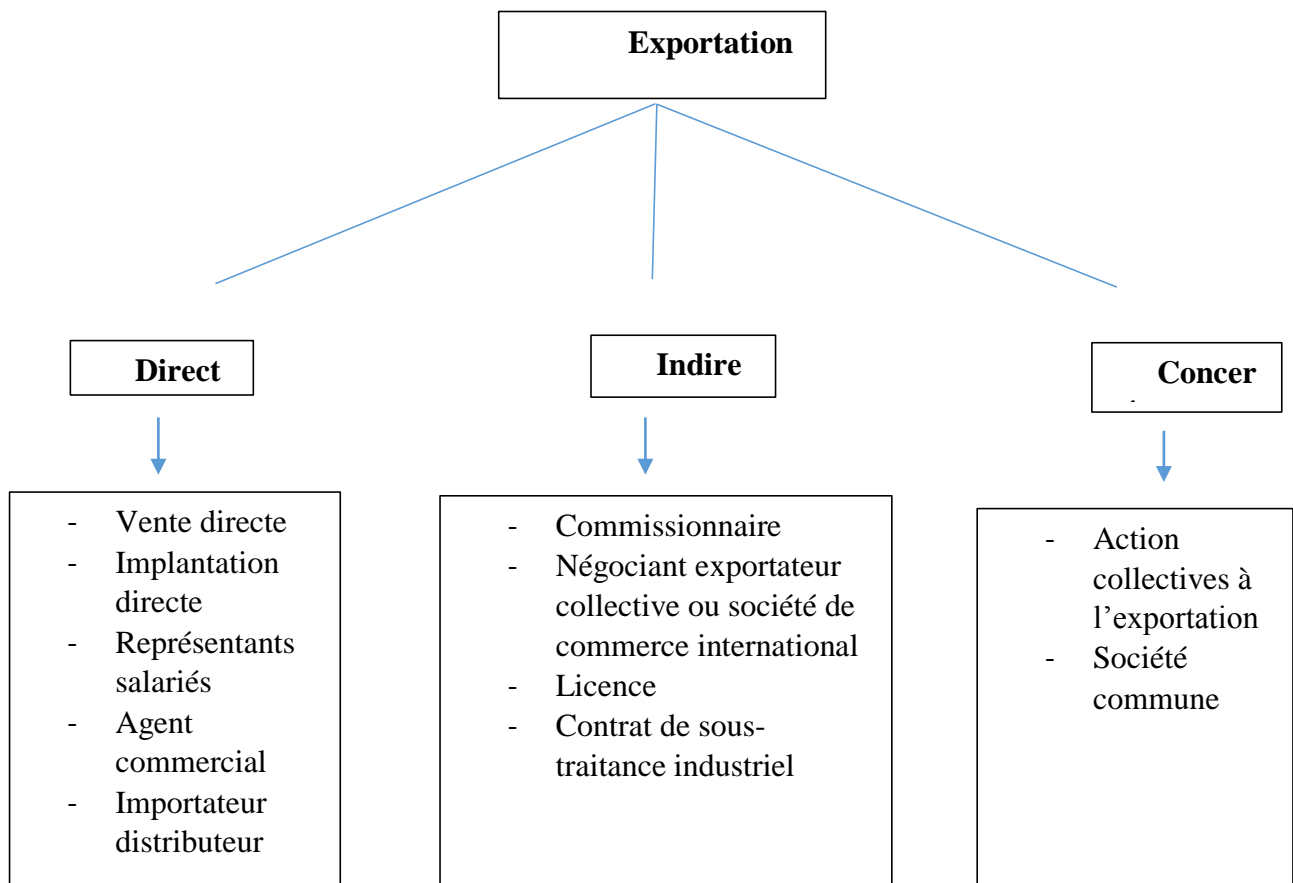
c- L'exportation concertée ou associée

Pour Marchoter (2004), l'exportation associée c'est lorsque l'entreprise exportatrice réalisé une opération d'exportation avec un groupe d'entreprises. C'est association avec une ou plusieurs entreprises nationales, rarement étrangers, pour crée un groupement d'exportateur et de crée une raison commune de la vente à l'étranger

Les formes d'exportation associée les plus connus, sont :

- Le groupement d'exportateurs ;
- Le portage.

Figure N°2 : les différents modes de l'exportation



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

Commentaire

Cette figure nous montre les trois formes d'exportation en se basant sur la façon dont l'entreprise intervient sur le marché étranger et avec quel type de partenaire. Ainsi, nous retrouvons l'exportation directe où l'entreprise exportatrice intervient directement sur le marché extérieur, l'exportation indirecte qui se manifeste par l'intermédiaire d'un partenaire local et l'exportation concertée qui requiert la collaboration de deux ou plusieurs entreprises³¹.

2.3.2 Le mode d'internationalisation par système contractuel (d'accord)

On distingue trois stratégies par accord : la License, la franchise commerciale internationale et les transferts de technologies :

³¹CLARION GEORGES RAHARINIAINA « les barrières à l'exportation perçues par les pme dans les pays en développement : cas de MADAGASCAR », OCTOBRE 2012, université de Québec, P.32

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

2.3.2.1 La licence

C'est un accord par lequel une entreprise d'un pays octroie à une autre entreprise d'un autre pays un droit d'exploitation limité dans le temps et dans l'espace. Un savoir-faire, ou une marque brevetée en contrepartie d'une rémunération définie dans le contrat³². On a deux types de licence les plus utilisées :

a- La licence de marque

C'est un contrat temporaire, sur lequel l'entreprise cède l'utilisation de sa marque sur un territoire défini, généralement de manière exclusive, à une entreprise étrangère. Elle permet d'accroître la notoriété d'une marque en utilisant des entreprises locales pour produire et distribuer sous cette marque, dont l'utilisation est contrôlée³³.

b- La licence de brevet

Sur ce contrat, l'entreprise cède le droit d'utiliser un procédé de fabrication ainsi ses connaissances sur un marché cible. Il permet de vendre dans des pays où il est difficile de s'implanter industriellement. L'entreprise appartient à un réseau local de partenaire.

2.3.2.2 La franchise commerciale internationale

C'est un accord dans lequel une entreprise franchiseur accorde le droit de se présenter sous son nom et sa marque, pour vendre ses produits, pour une durée et une région limitée, en contrepartie d'une rémunération, elle est accompagnée d'une assistance technique et le transfert d'un savoir-faire. On distingue trois formes de franchise : franchise commerciale, franchise de service et franchise industrielle³⁴. Il existe trois types de franchise³⁵:

a- Les franchises de service

C'est un contrat sur lequel, le franchisé offre un service sous l'enseigne, le nom commercial, voire la marque du franchiseur, et en se conformant aux directives de ce dernier.

b- La franchise de production

C'est un contrat sur lequel le franchiseur cède le droit d'exploitation au franchisé, cette dernière fabrique lui-même le produit, selon les indications du franchiseur, il

³²AMZIANE L ; « le cycle de vie international du produit et les stratégies d'internationalisations des entreprises : analyse du cas de Samsung électroniques » ; mémoire en vue de l'obtention du diplôme de magistère en science économiques ; Université Mouloud-MAMMERI Tizi-Ouzou ; 2014 ; p 22.

³³BOUVERET-RIVAT C, MERCIER-SUISSA C, p.62.

³⁴Idem.

³⁵ PME magazine : comprendre la franchise sur le site : <http://www.mincommerce.gov.dz/fichiers08/franchs.pdf>

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

assure la maîtrise de qualité et la quantité des produits qu'il vend sous la marque du franchiseur.

c- La franchise de distribution

Un contrat pour lequel le franchiseur concède au franchisé le droit de vendre certains produits dans un point de vente qui porte l'enseigne du franchiseur.

2.3.2.3 Les transferts internationaux de technologique

C'est un moyen rapide et peu coûteux pour une entreprise qui veut s'implanter sur un marché sans subir les risques, est imposé parfois par les pays en développement qui ne disposent pas de technologie dans certains domaines, ou encore dans certains pays où le transfert de technologie fait partie intégrante du contrat³⁶.

2.3.3 Les investissements directs à l'étranger

2.3.3.1 Définition de l'investissement direct à l'étranger (IDE)

Les IDE c'est lorsqu'une entité non-résidente prend un intérêt durable dans une entreprise résidente et qu'il existe une relation à long terme entre l'investissement direct et l'entreprise, cette relation est confirmée lorsqu'un investisseur détient au moins 10% du capital social de l'entreprise.

Selon la définition du FMI, l'IDE est un : « investissement effectuée dans le but d'acquies un intérêt durable dans une entreprise exerçant ses activités sur le territoire d'une économie autre que celle de l'investisseur, le but de ce dernier étant d'avoir un pouvoir de décision effectif dans la gestion de l'entreprise »³⁷.

2.3.3.2 Les formes d'IDE

On peut distinguer six formes d'IDE : la succursale, le bureau de représentation, le partenariat, la filiale, la joint-venture et la sous-traitance.

a- La succursale

La succursale permet à l'entreprise d'assurer une présence permanente ou temporaire sur le marché étranger, il est considéré comme un bureau de représentation pour l'entreprise.

³⁶AMZIANE L ; op.cit. p73.

³⁷AMZIANE L ; op.cit. p73. BOUVERET-RIVAT C ; MERCIER-SUISSA C ; op.cit. p40.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

La succursale, « C'est un service décentralisé de l'entreprise, sans personnalité juridique propre, dont le statut juridique et fiscal dépend des législations nationales »³⁸.

b- Le bureau de représentation

C'est une forme d'implantation qui est considérée comme l'une des premières étapes que l'entreprise exploite afin de pénétrer un marché étranger. Il ne dispose pas d'une personnalité juridique.

Le bureau de représentation a plusieurs fonctions consistent la représentation auprès des clients étrangers, la prospection, présentation de ou des produits, et la coordination d'un réseau d'agents.

Le bureau de représentation est un choix pertinent pour l'entreprise si :

- Elle dispose d'une expérience certaine à l'international et sur le marché en particulier.
- Elle dispose d'un personnel qualifié et disponible pour l'export.

Le marché identifié est suffisamment porteur pour offrir un potentiel de ventes important et constant afin de justifier le coût de ces structures.

c- Le partenariat

C'est un système qui associe divers partenaires économiques en poursuivant plusieurs objectifs tels que : Renforcer la situation financière de l'entreprise, Innover et améliorer les techniques de recherche, Développer et acquérir de nouveaux savoirs faire...

d- La filiale

La filiale est une entité créée par la maison mère sur un territoire étranger, avec une personnalité juridique indépendant de sa maison mère, mais contrôler majoritairement par celle-ci. La filiale reste autonome d'un sa gestion quotidienne, mais elle travaille avec sa maison mère au niveau stratégique, elle peut assurer la production, et elle peut éventuellement être chargé de la prospection, la vente, le service après-vente On distingue deux types de filiale : la filiale commerciale ou de distribution et la filiale de production.

➤ La filiale commerciale

C'est un moyen pour l'entreprise d'être en prise directe avec les marchés. Cette filiale a pour fonction, d'acheter des produits de la maison mère et les commercialiser, s'informer des

³⁸CORINNE P ; "commerce international" ; 6^eédition ; Paris, 2006, p 34.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

produits et des politiques des concurrents, et de contrôler la politique commerciale de l'entreprise à l'étranger.

➤ La filiale de production

C'est la création d'une entité production à l'étranger, qui produit une partie ou l'ensemble des produits. Elle peut assurer la fonction commerciale. Dans ce cas, elle devienne une filiale de production et de commercialisation.

e- La joint-venture

La joint-venture est un accord entre deux entreprises partenaires établies dans des pays différents dans le but de constituer une filiale sur le marché du partenaire étranger. Afin d'assurer la réussite de leur filiale commune, les deux entreprises s'engagent à mettre en commun les compétences spécifiques qui leur sont propres, qu'elles soient commerciales, techniques ou, mais aussi à mettre en commun des moyens financiers et humains³⁹.

Les sociétés partagent conjointement la gestion, le contrôle, les risques et les profits associés à cette structure commune. Cette démarche suit la réglementation locale, à titre d'exemple, la réglementation Algérienne a fixé la participation du partenaire étranger à 49%.

La joint-venture est un moyen efficace pour une entreprise étrangère, lorsque le pays d'accueil est difficile (marché difficile, une culture différente, contraintes réglementaires), elle s'appuie alors sur un partenaire local pour se familiariser avec les spécificités locales et de bénéficier du réseau relationnel économique⁴⁰.

f- La sous-traitance

Est l'opération par laquelle une entreprise sous-traitante intervient pour le compte d'une autre entreprise donneur d'ordre dans le processus d'élaboration et de réalisation d'un produit ou d'un service sur la base d'un cahier des charges préétabli⁴¹.

³⁹Les formes d'implantation, sur le site : http://www.eco-entreprises.fr/eco_entreprises_fr

⁴⁰GRAICHE L : " les formes d'implantation des firmes multinationales en Algérie : Objectifs et stratégies ", p 97.98.

⁴¹OKACI née LACEB D, "mise à niveau et problématique de compétitivité dans la démarche stratégique de l'entreprise industrielle algérienne face à l'économie de marché", thèse de doctorat, université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, 2014, p 74.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

Cette section est fondée à l'internationalisation constitue également un moyen important, en particulier pour les PME, ainsi que réseaux professionnels et les réseaux institutionnels jouent un rôle central dans le développement international des PME.

Section 03 : L'internationalisation sur les PME

L'internationalisation des entreprises, un des moteurs de la mondialisation, représente un phénomène contemporain puissant et complexe qui touche les entreprises, les États, les communautés et les sociétés.

Dans cette section, nous allons essayer de définir de l'internationalisation et de présenter les facteurs qui poussent les firmes vers les marchés étrangers, tout en mettant en lumière, les avantages et les inconvénients de l'internationalisation des entreprises.

3.1 Définition de l'internationalisation de l'entreprise

La stratégie d'internationalisation vise à ouvrir de nouvelles parts de marché à l'international, en trouvant des débouchés commerciaux. C'est une stratégie offensive de l'expansion.

Il peut aussi s'agir de trouver des relais de croissance à un marché historique devenu faiblement rémunérateur. Typiquement, les BRICS (Brésil, Fédération de Russie, Inde, République populaire de Chine et Afrique du Sud) sont devenus des zones géographiques qui prennent le relais des marchés européens et nord-américains déjà saturés et à croissance faible. Le dynamisme économique des BRICS depuis 20 ans oblige les entreprises à internationaliser leurs produits, leurs méthodes de production et leur marketing. L'émergence d'une classe moyenne et supérieure dans ces pays à forte croissance démographique permet de redéployer les activités des entreprises occidentales vers ces zones en gardant une rentabilité élevée voire en l'accroissant nettement⁴².

3.2 Les facteurs de l'internationalisation

Il existe plusieurs facteurs de l'internationalisation permettant à l'entreprise d'accéder à des marchés étrangers, et de profiter du développement économique d'un pays étranger.

⁴²<https://www.leblogdudirigeant.com/la-strategie-internationalisation/>

3.2.1 Les facteurs stratégiques

Deux facteurs peuvent être recensés :

a- Recherche d'avantages concurrentiels

- Accéder à une main d'œuvre bon marché ;
- Accéder à des ressources disponibles et maîtriser les coûts logistiques ;
- Le temps (stratégie de pionnier)
- Les facilités financière et fiscales ;
- Bénéficier d'une productivité importante et de la qualification de la main d'œuvre ;
- La technologie (le savoir-faire) ;
- Les ressources financières et ressources marketing ;
- Les compétences et les qualifications
- Les méthodes du management moderne ;
- La baisse des coûts de production due à la délocalisation permet d'augmenter les ventes, donc de réaliser des économies d'échelle (diminution des coûts de production unitaire obtenue grâce à une augmentation des dimensions de l'unité de production) au niveau de la production, des approvisionnements, de la mercatique, de la recherche développement et des ressources financières⁴³

b- La répartition de risques

- Le Risques de concurrence : être là où se trouvent leurs concurrents. Le Risque de dépendance : diversification géographique des débouchés et des approvisionnements.
- Le Risque de conjoncture : la situation n'est pas identique simultanément dans les pays
- .Donner une nouvelle vie à un produit (un produit en phase de maturité national peut être en phase de croissance ailleurs)⁴⁴

3.2.2 Les facteurs liés aux marchés

Nous distinguons :

⁴³DJOURANE, Z. KACI, R « les stratégies de l'internationalisation des entreprise algériennes », mémoire de master, université de Bejaia, 2017.

⁴⁴ELOUEDJ BOUKRALED BLOUFA « l'internationalisation des entreprise algériennes », mémoire de magister de l'université d'Oran 2,2014, p37

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

a- Les facteurs liés aux marchés de base (nationale) de l'entreprise

Ils regroupent essentiellement :

- L'internationalisation est parfois imposée : la difficulté de gagner des parts de marché ou la saturation du marché national, cela impose aux firmes de chercher de nouveaux marchés.
- Les conditions techniques de production peuvent limiter la croissance de l'entreprise.
- La réglementation (normes de sécurité ou environnementale, normes sociale), cela peut être désavantage par rapport aux conditions en vigueur sur d'autres territoires.

b- Les facteurs liés aux marchés étrangers

- Les imperfections des marchés (l'entreprise peut être obligée de s'implanter dans un pays pour avoir le droit d'écouler sa production : réglementations tarifaires, administrative ou protectionnistes)
- La concurrence s'internationalise (ouverture des marchés, l'entreprise ne peut plus considérer son marché national comme le seul marché, il faut occuper le terrain où se trouvent les clients mais aussi les concurrents) ;
- Enrichir ses compétences organisationnelles et managériales ;
- Observation de nouveaux produits de nouveaux modes de consommation, formation de personnel qui pourra transmettre à l'ensemble de l'entreprise son expérience internationale ;
- Elargissement des compétences (administration des ventes et des achats, prospection des marchés étrangers...).

3.2.3 Les facteurs d'environnement

L'internationalisation des entreprises peut être favorisée par l'environnement international et cela :

- Les accords de libre-échange et l'ouverture des frontières des pays contribuent à avancer le préromain d'internationalisation.
- Après la création du système monétaire internationale (SMI), du (GATT) et (OMC), l'accès aux marchés mondiaux est devenu possible.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

3.2.4 Les facteurs industriels

Nous citons les plus importants :

a- Réaliser des économies d'échelle

Les coûts de lancement étant abaissés par l'amortissement des coûts de recherche et développement sur un plus grand nombre d'unités.

b- L'abaissement des coûts de production

- Les coûts avantageux des facteurs de production (matières premières, travail) ;
- L'accession aisée à des ressources financières tant sur le marché national que sur le marché d'implantation ;
- D'échapper à des réglementations contraignantes dans le domaine fiscal, social et de la protection de l'environnement⁴⁵.

3.2.5 Les facteurs d'opportunité

Parmi les facteurs d'opportunité, nous citons :

a- Demande spontanée

Ces demandes se révèlent lors de manifestations commerciales, de rencontres fortuites de représentants d'entreprise ou de demande d'information par courrier ou autre. Ces sollicitations doivent inciter l'entreprise à adopter une démarche plus rigoureuse de vérification en aval de ces opportunités afin de déterminer si un marché viable existe.

b- Production excédentaire

L'écoulement de stocks conçus pour le marché national et non absorbés peut être réalisé par le biais d'une exportation ponctuelle. Celle-ci peut alors être considérée comme le premier pas d'une véritable démarche d'internationalisation.

c- Motivation du dirigeant

La formation du dirigeant, le fait d'avoir vécu à l'étranger, son gout pour l'innovation et le risque, son ouverture d'esprit, sont autant de caractéristiques d'un profil et d'un

⁴⁵DJOURDANE, Z. KACI, R : Op.cit., p.8.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

comportement propice à l'exportation. Ceci est d'autant plus vrai quand il s'agit d'une PME dans laquelle existe une forte relation entre la personnalité du dirigeant et les objectifs de l'entreprise⁴⁶.

3.3 Les avantages et les inconvénients de l'internationalisation de l'entreprise

L'internationalisation est un élément essentiel pour le développement et la croissance des activités de l'entreprise, les principaux avantages et inconvénients de sa démarche vers l'internationalisation sont :

3.3.1 Les avantages de l'internationalisation de l'entreprise

- Un marché potentiel plus vaste ;
- Diminution des coûts avec les économies d'échelle et les coûts de main d'œuvre plus faible ;
- Les couts d'approvisionnements (pas de frais d'acheminement, contrôle de prix du flux entrant, pas rupture de stocks...).
- Contournement des barrières douanières (tarifaires et non tarifaires), et l'obtention des gains fiscaux et de change ;
- Fidélisation de la clientèle, l'augmentation de la circulation des personnes (voyages, déplacements) poussent les entreprises a amélioré la disponibilité de leurs produits dans la plus parts des pays.

3.3.2 Les inconvénients de l'internationalisation de l'entreprise

- L'entreprise confrontée à de nouvelles pratiques, règles et lois ;
- Instabilité de taux de change ;
- Risque politiques, économiques et financiers ;
- L'intégration de cultures étrangères est délicate à entreprendre aussi bien qu'à gérer : il un haut maitre de la communication émotionnelle ;
- Manque d'infrastructures dans certains pays.
- Difficultés liées à l'effet de taille ;
- Difficultés liées à la nouveauté (nouvel arrivé, nouveaux produits) ;

⁴⁶DJOUANE, Z. KACI, R : Op. Cit, p.9 ;

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

- Difficultés liées aux ressources limitées ;

3-4- Les motivations et les obstacles de l'internationalisation

L'internationalisation est motivée par :

- La taille du marché national ;
- La recherche de nouveaux marchés ;
- La réduction des coûts et la répartition des risques entre pays ;
- L'accès à des environnements réglementaires plus favorables ;
- L'absence de fournisseurs nationaux ;
- La dépendance aux cycles économiques nationaux ;
- La volonté de vouloir rentabiliser des investissements ou de profiter de certaines opportunités ;
- Les entreprises opérant dans le secteur agricole peuvent avoir comme motivation, la volonté de réduire la dépendance face aux conditions climatiques par une diversification géographique.

L'internationalisation peut aussi poser des problèmes de gestion de risques monétaires et financiers, commerciaux et politiques :

- Risque monétaire lié aux fluctuations des taux de change ;
- Risque d'un contingentement des importations ;
- « Risque pays » : lié aux crises régionales et risque politique, en général⁴⁷.

A travers cette section, nous sommes focalisés sur l'internationalisation des entreprises. Nous avons abordé sa définition, ses facteurs, ainsi que ses avantages, inconvénients pour l'entreprise et ses motivations et les obstacles de l'internationalisation.

Conclusion

La PME est un phénomène qui a envahi le monde entier depuis des années et a attiré l'attention des chercheurs et économistes dans le monde. Mais chaque pays a une définition spécifique de la PME en tenant compte du chiffre d'affaires, l'effectif et la taille mais ces derniers ne se considèrent pas comme des mesures standards et universelles.

L'internationalisation est une notion plus large, signifie que les entreprises ont fondé leurs démarches à l'international non seulement par l'intensification des exportations, mais

⁴⁷AMELON J. et CARDEBAT J., op, cit, p 208.

Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation

aussi par le transfert de technologies et de savoir-faire (la licence et la franchise) et les IDE (succursale, filiale et joint-venture).

Nous pouvons dire que l'internationalisation des entreprises est un phénomène moderne, bien que, ces facteurs (facteur stratégique, liés aux marchés, environnement, industriels et d'opportunité) qui ont mis en évidence la nécessité d'exercer le commerce international. Aussi on a montré ses avantages et ses inconvénients, ainsi que ses motivations et ses obstacles de l'internationalisation.

Chapitre 02

Les PME en Algérie : caractéristiques et évolution

Introduction

Les PME algériennes sont soumises à des contraintes multiformes d'intensité variable. Une étude de la Banque Mondiale fait apparaître les obstacles rencontrés par les dirigeants des PME, dans cette section nous allons présenter les définitions accordées à la PME en Algérie, par la suite nous tracerons l'état des lieux de ces dernières leurs caractéristiques, leurs contraintes au quelles elles sont confrontées et leur contribution au développement du pays.

Section 01 : Etat des lieux des PME en Algérie

La majorité des PME en Algérie sont nées de la fin des années 1980. La PME avant cette date n'a joué qu'un rôle secondaire. Dans cette section, nous traiterons la définition de la PME en Algérie, son historique et les principales caractéristiques de ces entreprises.

1.1 Définition de la PME en Algérie

La PME en Algérie n'a connu de définition qu'après l'année 2001. Avant cette année, l'Algérie a retenu comme définition de ce type d'entreprise celle adoptée par l'Union européenne, en 1966, qui a fait l'objet de recommandation à l'ensemble des pays membres. L'Algérie a adopté une définition de la PME en se basant sur les critères suivants : L'effectif, le chiffre d'affaires, le bilan annuel et l'indépendance de l'entreprise, ainsi⁴⁸ :

La PME est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de bien et / ou services :

- Employant une (1) à deux cents cinquante (250) personnes ;
- Dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas quatre (4) milliards de dinars algérien ou dont le bilan annuel n'excède pas un (1) milliards de dinars algériens ;
- Et qui respecte le critère d'indépendance il est entendu par :
 - **Personnes employées** : Le nombre de correspondants au nombre d'unités de travail-année (UTA), c'est-à-dire au nombre de salariés employés à temps plein pendant une année. Le travail partiel ou le travail saisonnier étant des fractions d'unités de travail-année.

L'année à prendre en considération pour une PME en activité est celle du dernier exercice comptable clôturé.

⁴⁸Journal officiel de la République algérienne N°2 du 11 janvier 2017 p. 5.

- **Seuil pour la détermination du chiffre d'affaires ou pour le Total bilan :** Ceux afférents au dernier exercice clôture de douze mois.
- **Entreprise indépendante :** L'entreprise dont le capital n'est pas détenue à 25% et plus par une ou plusieurs entreprises ne correspondant pas à la définition de la PME⁴⁹.

Cette loi retient des objectifs assez importants qui sont dans le but de promouvoir la croissance des PME, d'évoluer sa compétitivité, d'améliorer son environnement et accéder au foncier et au financement.

Trois types de PME sont définis par la loi⁵⁰

- A- ME :** Est définie comme une entreprise employant de cinquante (50) à deux cent cinquante (250) personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est compris entre quatre cent (400) millions de dinars algériens et quatre (4) milliards de dinars algériens ou dont le total du bilan annuel est compris entre deux cent (200) millions de dinars algériens.
- B- PE :** Est définie comme une entreprise employant de dix (10) à quarante-neuf (49) personnes et dont le chiffre d'affaires n'excède pas quatre cent (400) millions de dinars algériens, ou dont le total du bilan annuel n'excède pas deux cent (200) millions de dinars algériens.
- C- TPE :** Est définie comme une entreprise employant d'un (1) à neuf (9) personnes est réalisé un chiffre d'affaire annuel inférieure à quarante (40) million de dinars algériens, ou dont le total de bilan annuel n'excède pas vingt (20) millions de dinars algériens.

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

⁴⁹Journal officiel, Op.cit.

⁵⁰Article N° (05 et 06, 07), JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 77, le 15/12/2001.

Tableau N° 03 : La typologie de la PME en Algérie

Entreprises	Effectif	Chiffre d'affaires	Bilan annuel
Très petite entreprise	De 01 à 09 employés	< 20 millions DA	<10 millions DA
Petite entreprise	De 10 à 49 employés	< 200 millions DA	<100millions DA
Moyenne entreprise	De 50 à 250 employés	200 millions à 2 milliard DA	100 à 500 millions DA

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

1.2 Quelques repères historiques

La PME algérienne est née dans sa majorité après l'indépendance ; elle n'a évolué que très lentement sans disposer d'une infrastructure et d'une superstructure adaptée ni d'une expérience historique acquise. Globalement, deux périodes bien distinctes ont caractérisé l'évolution de la PME depuis l'indépendance :

- La première, qui a duré jusqu'en 1988, s'est distinguée par une réglementation portée essentiellement sur la limitation de l'expansion de la PME privée, en notant la mise en place d'un nombre appréciable de PME de droit public, notamment au niveau des collectivités locales.

- La seconde, entamée graduellement à partir de 1988, a eu pour effets la mise en place de stimulants quant à sa promotion et sa relance dans le cadre de l'initiative privée. Globalement, l'évolution de la PME s'est opérée en trois étapes : 1963-1982, 1982-1988 et après 1988⁵¹.

- Période 1963-1982

A la veille de l'indépendance, toutes les entreprises y compris les PME ont été aux mains des colonisateurs, juste après l'indépendance et avec le départ des propriétaires étrangers ces entreprises ont été confiées à des comités de gestion et ces derniers sont intégrés dans les sociétés nationales à partir de 1967.

Le type d'économie qui caractérisait cette période était une économie planifiée et une industrie basée sur des biens d'équipements et des produits intermédiaires.

En 1963, le premier code d'investissement qui a été promulgué, et malgré les avantages et les garanties proposées aux investisseurs, il n'a eu qu'un faible impact sur le développement

⁵¹Rapport : Pour une politique de développement de la PME en Algérie

de PME/PMI. Suite aux faiblesses de ce code, et dans le cadre du développement économique, un nouveau code des investissements a été promulgué en 1966 (15/09/1966) qui vise à donner importance au secteur privé tout en prévoyant un monopole de l'Etat sur les secteurs vitaux de l'économie et rendre l'obligation d'un agrément des projets privés dérivé par la Commission Nationale des Investissements (CNI). Cependant, la PME/PMI a marqué réellement son démarrage à partir du premier plan quadriennal (1970/1973) qui avait prévu un programme spécial de développement spécial des industries locales, poursuivis d'un deuxième plan quadriennal (1974/1978). Durant toute cette période, le développement de la PME/PMI a été initié exclusivement par le secteur public dont les objectifs constituent à assurer un équilibre régional. « C'est ainsi qu'un total de 594 PME/PMI a été réalisé durant cette période »⁵².

Il est à noter que la Commission Nationale des Investissements, n'a ajouté que la complexité et la lourdeur administrative, ce qui a causé l'annulation de cette dernière en 1981. Pendant cette période, le PME était considéré comme complément au secteur public où l'Etat a consacré toutes les mesures d'aides et de développement à ce domaine. Pour cela les entrepreneurs privés se sont dirigés vers les secteurs du commerce et du service qui étaient soumis à un contrôle sévère, une législation de travail très rude et surtout la fermeture du commerce extérieur à la PME privée.

- Période 1982-1988

Durant cette période et selon des objectifs fixés par le Plan, une volonté pour l'encadrement et l'orientation de la PME est affichée ; cette situation s'est traduite par la promulgation d'un nouveau cadre législatif et réglementaire relatif à l'investissement économique privé national (loi du 21/08/1982) qui va faire bénéficier les PME de certaines mesures notamment :

- le droit de transfert nécessaire pour l'acquisition des équipements et dans certains cas des matières premières ;
- l'accès, même limité, aux autorisations globales d'importation (A.G.I)
- Système des importations sans paiement⁵³

⁵²GHARBIS, « les PME en Algérie : état des lieux » cahiers du laboratoire de Recherche sur l'industrie et l'innovation, Université du Littoral, cote d'Opote, Documents de travail N° 238, Mars 2011, p.6.

⁵³Idem.

Chapitre 02 les PME en Algérie caractéristiques et évolution

Ce nouveau dispositif, continue à renforcer certains obstacles à l'expansion du secteur de la PME privée plus particulièrement à travers :

- la procédure d'agrément rendue obligatoire pour tout investissement ;
- le financement par les banques est limité à 30 % du montant des investissements agréés ;
- les projets d'investissement ne doivent pas excéder 30 millions de DA pour la création de sociétés à responsabilité limitée ou par actions et 10 millions de D.A pour la création d'entreprises individuelles ou en nom collectif ;
- l'interdiction est faite d'être propriétaire de plusieurs affaires.

En 1983, un Office pour l'Orientation, le Suivi et la Coordination de l'Investissement Privé (OSCIP) est créé. Il est placé sous la tutelle du Ministère de la Planification et de l'Aménagement du Territoire et a pour missions principales, entre autres :

- d'orienter l'investissement privé national vers des activités et régions susceptibles de répondre aux besoins du développement et d'assurer sa complémentarité avec le secteur public ;
- d'assurer une meilleure intégration de l'investissement privé dans le processus de planification.

Avec la mise en place du Code des Investissements de 1982 et la création de l'OSCIP, le secteur privé, pour la première fois depuis l'indépendance, s'est vu reconnaître un rôle à jouer dans la concrétisation des objectifs de développement nationaux. Cependant, il faut souligner que ces dispositions ont eu un impact limité sur la création de nouvelles PME privées.

Le plafonnement des investissements a eu pour conséquence l'orientation d'une partie de l'épargne privée vers des dépenses improductives ou spéculatives.

L'investissement des PME privées a donc continué à s'orienter principalement vers des branches d'activité classiques de substitution aux importations de biens de consommation finale.

Les mesures de 1982 ont tout de même conduit à partir de 1983 à une tendance à investir dans des créneaux délaissés auparavant par la PME tels que la transformation des métaux, et les petites industries mécaniques et électriques.

Tableau 04 : Nombre de Projets et parts selon les branches d'activités

Branche d'activité/Années	Agro-alim.	textile	Mat. Const.	ISMMEI	Total
1982	21%	19%	27%	3%	104
1983	29%	14%	13%	12%	376
1984	15%	10%	12%	12%	624

Source : Publication Conseil National Economique et Social Juin, 2002.

Commentaire

Par ailleurs, la sous-traitance a connu un faible développement bien qu'elle soit reconnue comme un domaine d'activité privilégié de la PME. Durant toute la période de 1963 à 1988, on a assisté à un cloisonnement des secteurs public et privé qui ne leur a pas permis de développer des relations de partenariat en matière de sous-traitance.

En somme, tous les codes d'investissement orientent les PME vers des canaux précis.

-A partir de 1988

A partir de 1988, l'Algérie est passée de l'économie planifiée vers l'économie de marché ce qu'il a conduit à établir des relations avec des institutions mondiales comme le FMI et la Banque Mondiale, financière, économique et commerciale, qui permet la privatisation de nombreuses entreprises publiques et contribuer au développement de PME.

Le processus de réforme a abouti à la consécration de l'investissement national et étranger à la promotion de petites et moyennes entreprises par l'adoption du décret législatif du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement : le Code de l'Investissement⁵⁴.

Ce code avait pour but :

- La promotion de l'investissement ;
- L'égalité entre les promoteurs nationaux privés et étrangers ;
- Remplacement de l'agrément obligatoire par une simple déclaration pour investir⁵⁵ ;
- Le délai d'étude des dossiers étant fixé à 60 jours ;

⁵⁴BOUIRA.N, « Développement et perspectives des PME Algériennes », mémoire de magister en management, université d'Oran, 2014 P 39.

⁵⁵GHARBIS.S, Op, cit. p.41.

Chapitre 02 les PME en Algérie caractéristiques et évolution

- Le souci de ne pas imposer des formalités trop lourdes ou complexe pour la réalisation d'un acte d'investissement en Algérie ;

- La clarification, l'affinement et la pérennité des garanties, associés au capital investi et aux revenus qui en découlent ⁵⁶;

- La création d'une Agence de Promotion de Soutien et suivi des Investissements (APSI) pour l'accompagnement des entrepreneurs dans l'accomplissement des formalités.

Une nouvelle ordonnance (n° 01-03 du 20-08-2001) était promulguée par les pouvoirs publics et la loi d'orientation sur la promotion des PME (Loi n° 01-18 du 12/12/2001) dans le but de donner une importance à la promotion de l'investissement. Cette procédure vise à reconstitution de la chaîne de l'investissement et l'amélioration de l'environnement administratif et juridique par :

- Des facilitations administratives lors de la création de l'entreprise ;

- La suppression de la distinction entre les investissements publics et privés ;

- La création du Conseil National de l'investissement (CNI) ;

- La création du Conseil National Économique et Social (CNES).

1.3 Les caractéristiques des PME Algériennes

Les PME en Algérie jouent un rôle prépondérant dans la croissance et le développement, que ce soit au niveau local, régional ou national sur différents domaines, économique, sociale, sociétale. Elles se caractérisent par ⁵⁷:

- Une structure financière souvent fragile et une prédominance du capital amical (familial) ;
- Une concentration relative dans les secteurs de la production des biens de consommation et des services ;
- Prépondérance des micros-entreprises (97,7 % des PME en Algérie (2018 S1) appartiennent à la catégorie des TPE avec moins de 10 salariés) ;
- Compétence et qualification professionnelles des dirigeants des PME sont souvent non justifiées (faible capacité managériale) ;

⁵⁶BOUIRA.N, Op.cit., p.41.

⁵⁷SI LEKHAL K., Y. KORICHI, et A. GABOUSSA, Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspective, Revue des Performance des Entreprises Algériennes, 2013, n° 04, 2013 p. 39, in <http://oaji.net/articles/2014/4401391545978.pdf>

Chapitre 02 les PME en Algérie caractéristiques et évolution

- Manque d'encadrement technique ;
- Faiblesse de l'accumulation technologique ;
- Quasi-absence de l'innovation et manque d'inventivité ;
- Faiblesse de l'activité de sous-traitance ;
- Une grande souplesse structurelle et un manque de spécialisation.

Globalement, les PME occupent une position importante dans l'économie mondiale et algérienne particulièrement, c'est l'un des acteurs principaux qui garantissent la dynamique économique d'un pays, en contribuant à la création de la richesse.

Section 02 : Evolution et répartition des PME en Algérie

L'objectif de cette section est de tenter de rassembler des données qui nous permettront de connaître de l'évolution PME algériennes.

2.1 Evolution de PME en Algérie

Les PME en Algérie, considérés à juste raison, comme un des leviers les plus importants de la croissance socio-économique et un facteur de création de richesse, de valeur ajoutée, et d'emploi. Le développement des PME est, à la fois, un impératif économique vital et une opportunité stratégique, ce qui permet de répondre aux besoins des différents secteurs et domaines.

2-1-1 Situation globale des PME en Algérie

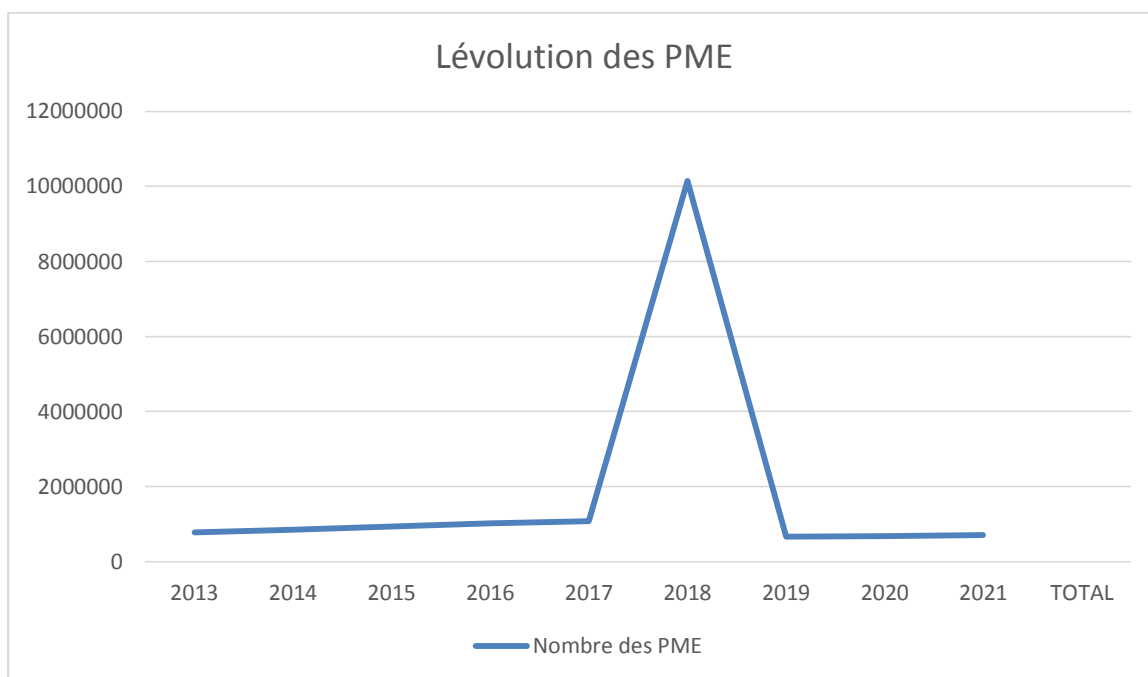
Dans le tableau ci-dessous, nous illustrerons l'évolution du nombre des PME en Algérie de 2013 à 2021.

Tableau 05 : Comparatif de l'évolution du nombre des PME de au 2013 à 2021

Année	PME pives	PME publique	Total
2013	777259	557	777816
2014	851511	542	852053
2015	934037	532	934569
2016	1022231	390	1022621
2017	1074236	267	1074503
2018	1141602	261	10141863
2019	659573	244	765981
2020	678057	239	678296
2021	709571	225	709796
Total	7848077	3257	7851334

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des bulletins d'information des statistiques de la PME

Figure 03 : Evolution globale des PME en (Algérie 2013 à 2021).



Source : Etabli à partir des données du tableau N°5

Le tableau et le graphe ci-dessous illustrent l'évolution des PME en Algérie entre les années 2013 – 2021.

Commentaire

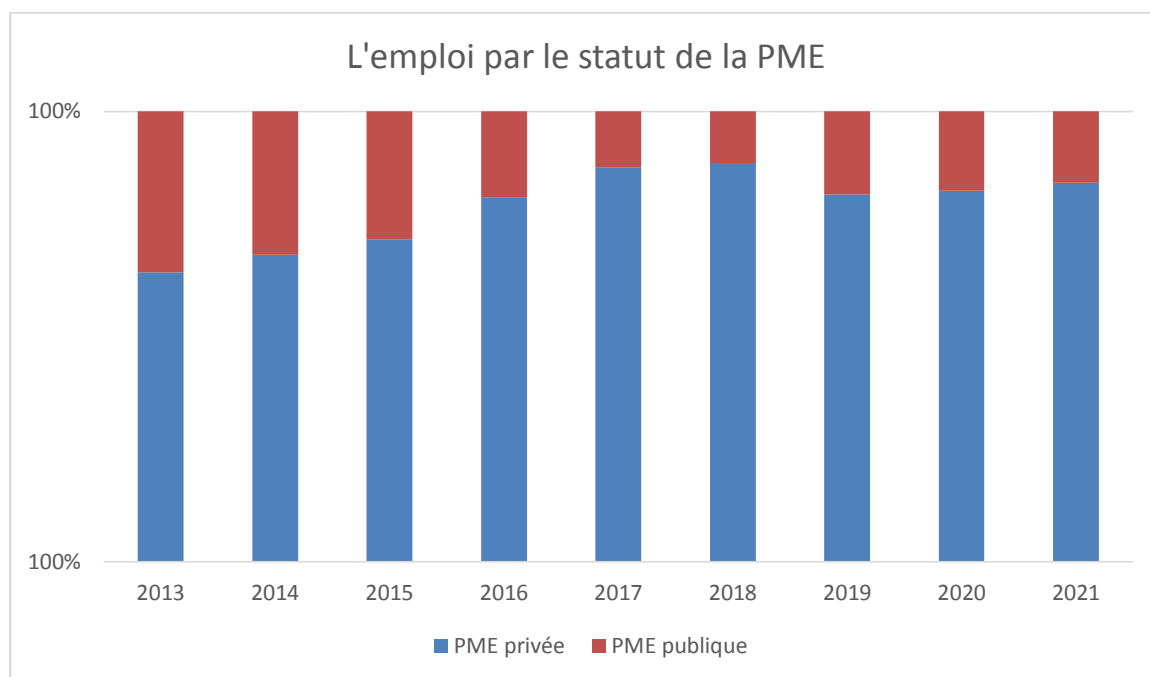
Nous remarquons une augmentation dans la création globale des PME durant les années 2013 jusqu'à 2018, d'une part, une croissance dans les PME privés qui est passée de 777259 entités à la fin de l'année 2013 à 1141602 entités à la fin de l'année 2018, et une diminution radicale durant les années 2019 à 659817 entités et une stagnation de 2019 à 2021.

D'autre part, une diminution remarquable du nombre des PME du secteur public qui est passée de 557 à seulement 225 entités, cette diminution s'explique par la privatisation de ses dernières.

2.1.2 Evolution de l'emploi par type de PME

La PME est connue comme une source de création d'emploi. La figure ci-dessous nous montre la croissance de l'emploi par le statut de la PME, soit publique ou bien privée.

Figure 04 : Evolution de l'emploi par le statut de la PME en Algérie



Source : Réalisé à partir le tableau N°4

A travers l’histogramme, on constate une forte croissance des emplois dans les PME privées durant la période 2013 à 2021. Tandis qu’il y a un décroissement dans les PME publiques.

2.1.3 Evolution des PME par région

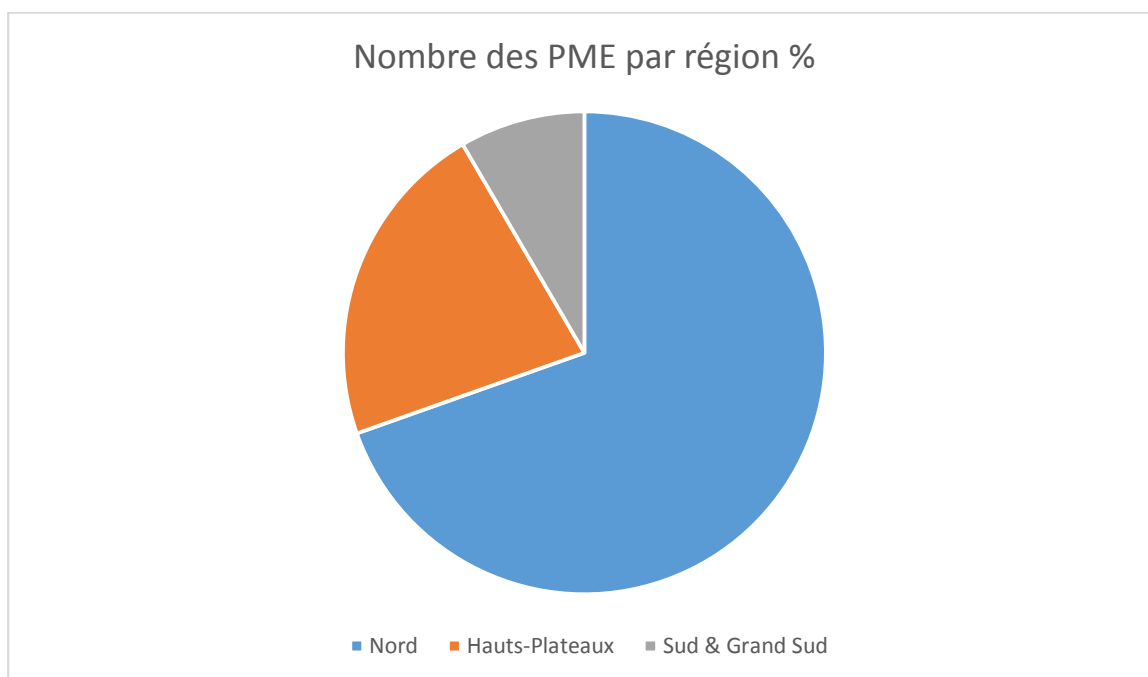
Selon la répartition spatiale du Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT), les PME (personnes morales) sont prédominantes dans le Nord et, à un degré moindre, dans les Hauts-Plateaux.

Tableau 06 : Concentration des PME par région en 2021

Région	Nbre de PME S1/2021	Taux de concentration (%)
Nord	493691	69,58
Hauts-Plateaux	156207	22,01
Sud & Grand Sud	59673	8,41
Total Général	709571	100

Source : CNAS- réalisé par nous même à partir de bulletins d’information statistique N°39 l’année 2021.

Figure 05 : Concentration des PME par région en 2021



Source : Réalisé à partir des données du tableau

Commentaire

Nous remarquons dans le tableau et la figure illustrés, que la région regroupe du Nord regroupe 493 691 PME, soit 69,58 % des PME du pays, suivie par la région des Hauts-Plateaux avec 156 207 PME soit 22%, et les régions du Sud et du Grand Sud accueillent 59 673 PME soit 8,41% du total.

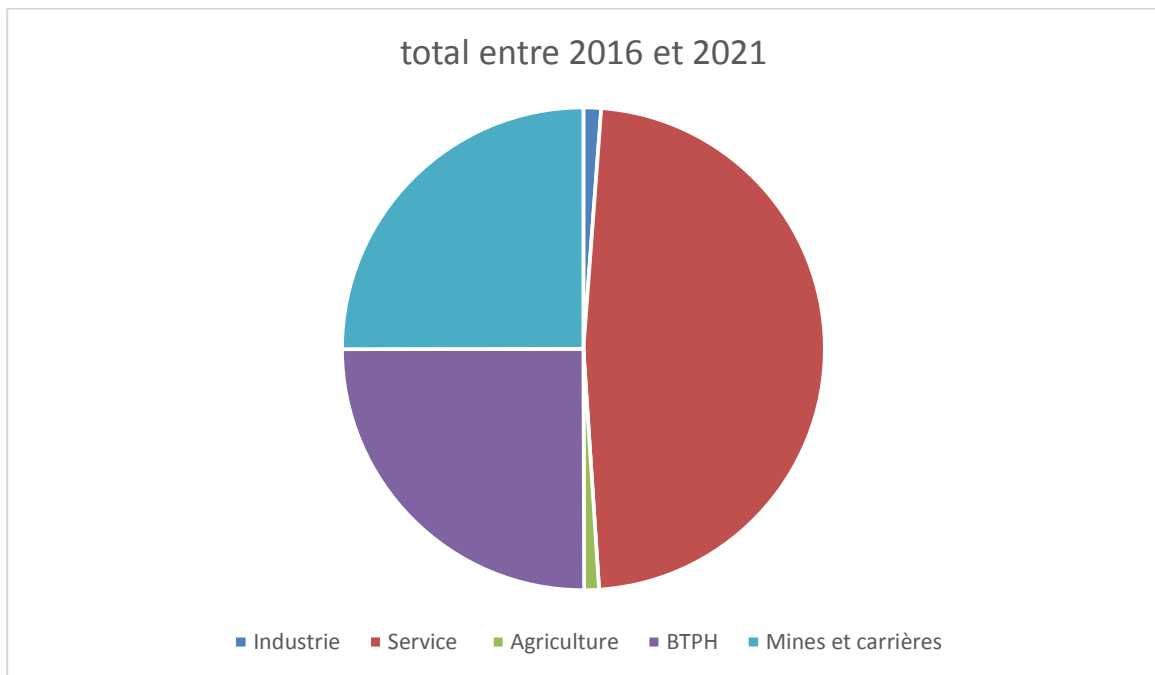
2.2 Répartition des PME Algériennes privés et publiques par le secteur d'activités

Tableau 07 : Evolution des PME Algérienne par secteur d'activités de l'année 2016 à 2021

Année		2016	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Secteur D'activité								
Industrie	Entreprise publique	133	84	75	73	69	73	507
	Entreprise privé	99275	92804	97728	10205	104529	108689	51320
Service	Entreprise publique	101	70	65	60	59	56	411
	Entreprise privé	298692	316044	338201	358936	371555	391933	2075361
Agriculture	Entreprise publique	178	84	96	93	93	82	626
	Entreprise privé	7094	6392	6877	7275	7447	7827	42912
BTPH	Entreprise publique	22	23	24	15	16	12	112
	Entreprise privé	169124	177727	162477	188275	191438	197925	1086960
Mines et carriées	Entreprise publique	4	3	2	3	2	2	16
	Entreprise privé	3201	2843	2936	3032	3088	3197	18297
Total	Entreprise publique	438	264	262	244	239	225	1672
	Entreprise privé	577386	595810	628219	659573	678057	709571	3848616

Source : Réalisé par nous-mêmes suivant les bulletins d'information des statistiques de la PME n°25, 27, 29, 31, 33 du (2016 à 2021).

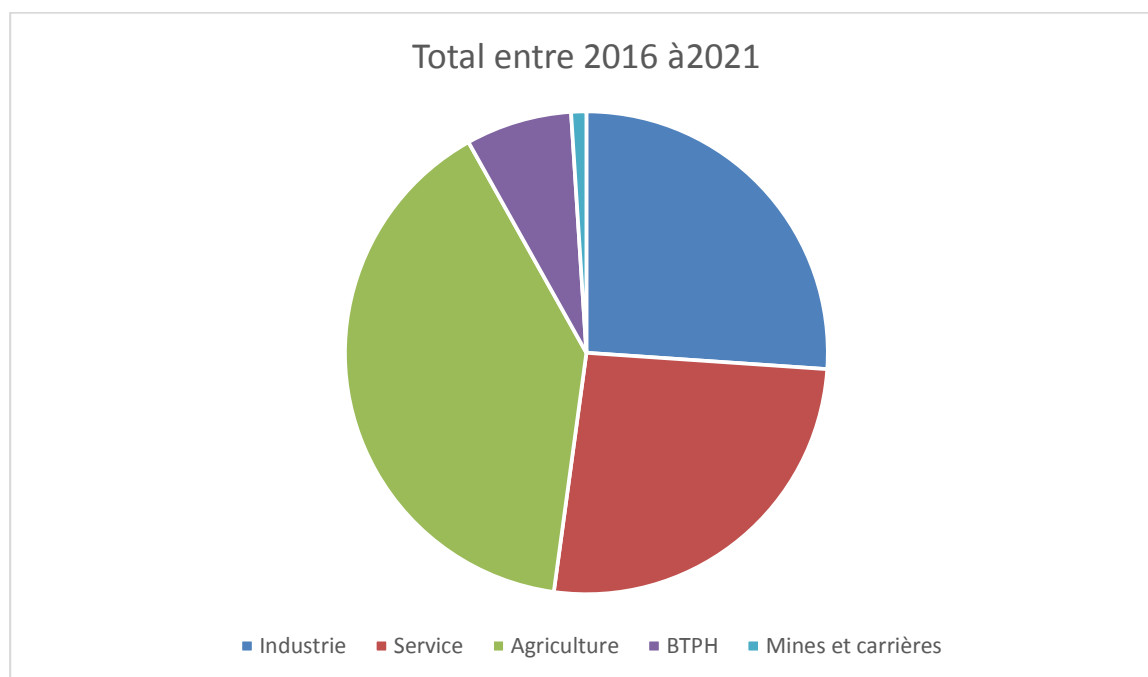
Figure 06 : Répartition des PME privés par secteur d'activité entre 2016 et 2021



Source : Réalisée à partir du tableau N° 06

Commentaire

La grande partie de l'économie algérienne est principalement basée sur l'émergence des PME dans le secteur privé, notamment les secteurs des services et BTPH qui sont les plus dominants.

Figure 07 : Répartition des PME publiques par secteur d'activité entre 2016 et 2021

Source : Réalisée à partir du tableau N° 07

Commentaire

D'après la figure ci-dessus, le secteur public des PME est prédominé par l'agriculture, qui représente l'activité principale de ces entreprises.

2-3 Les contraintes des PME en Algérie

2.3.1 Les contraintes de développement des PME en Algérie

Les PME algériennes sont soumises à des contraintes multiformes d'intensité variable. Les obstacles rencontrés par les dirigeants, qui sont comme suit⁵⁸ :

- La compétition de l'informel, l'accès aux crédits, coût des crédits, les taux d'impôts, l'incertitude sur les politiques économiques, les délais bancaires, la corruption, l'administration fiscale, l'accès au foncier, l'accès aux devises, les douanes réglementations, l'enregistrement de l'entreprise, la pénurie de main d'œuvre qualifiée, les services portuaires, la législation du travail, l'accès à l'énergie.

⁵⁸SILEKHAL.K., Y. KORICHI, op.cit.

Ces obstacles qui freinent le développement des PME ne sont pas forcément appréhendés dans le même ordre par tous les dirigeants-propriétaires, ils se diffèrent selon la nature des activités.

2.3.1.1 Les contraintes géographiques

Celles-ci sont issues de la nature même du territoire. Elles représentent des obstacles préliminaires que les promoteurs de projets industriels subissent avant d'entamer leurs démarches pour la mise en œuvre de leur projet d'investissement. Les contraintes géographiques peuvent être appréhendées à travers deux principaux critères : le relief et l'état du foncier.

- **Le relief :** Pour ce qui est du relief, l'espace algérien se caractérise par un ensemble de montagnes et quelques plaines au nord tandis que le sud est complètement désertique. Les autres éléments (climat, réseau hydrique...)⁵⁹ sont aléatoires surtout ces dernières années. Ceci rend difficile le processus d'implantation des activités économiques en général et industrielles en particulier. Le relief hostile engendre un déséquilibre spatial en termes d'entreprises et une hypertrophie au niveau des espaces urbains. Il s'avère que la majorité est concentrée au nord-centre avec une moyenne de 9,3 PME/1000 habitants, ce qui demeure encore insuffisant ; la bonne norme serait de 20 PME/1000 habitants.

Les PME privées sont à un taux de près de 39% au nord centre, de 11,6% dans la région est des Hauts plateaux et de 5,2 % au sud-est. En effet, les caractéristiques du relief plutôt désavantageuses pour la localisation des activités économiques fait que l'état du foncier industriel, considéré comme l'un des principaux facteurs recherchés par les entreprises, est une ressource rare.

- **La problématique du foncier industriel :** Le foncier constitue une ressource clé limitée et un élément déterminant dans toutes les politiques de développement économique. Il est l'un des plus importants problèmes socioéconomiques rencontrés dans la création des PME en Algérie et il demeure incontestablement une contrainte majeure pour les investisseurs. L'historique de la propriété foncière en Algérie dénote

⁵⁹BERRAH K, BOUKRIF M « La problématique de la création des entreprises : une application sur les PME algériennes », Conférence internationale sur l'économie et gestion des réseaux, Université Ibn Zohra et Hôtel de Robinson Agadir, Maroc Novembre 21-23, 2013, p 06.

une extrême confusion de la situation physique et juridique des biens fonciers, aggravée par la défaillance du système de publicité foncière et l'absence d'un cadastre général⁶⁰.

2-3-1-2 Les contraintes administratives

Malgré les premiers effets de la stratégie de libéralisation prônée dans le cadre de l'ajustement structurel, l'économie algérienne reste très contrôlée : l'assouplissement du cadre administratif dans lequel fonctionnent les PME apparaît comme un processus graduel, dans un environnement très marqué par l'expérience socialiste⁶¹ :

- Les contraintes administratives qui se traduisent par la nature des règles formelles, et les dossiers exigés par les différentes structures (le registre de commerce par la CNRC, autorisation d'exploitation par les services de la Wilaya, l'attestation d'hygiène, l'attestation d'éligibilité, l'attestation de conformité et autres) et surtout le manque de coordination entre ces structures poussent parfois les promoteurs à détourner leur projet de son objectif initial ou à le localiser dans d'autres territoires ou carrément à abandonner leur initiative. Ces difficultés sont accentuées par le manque de transparence ou l'inexistence d'informations entre les différents partenaires qui, sont intégrés dans le processus de création d'entreprises : le promoteur, l'ANSEJ, l'ANDI, le Trésor, la banque, la caisse ou le fonds de garantie etc. L'opacité de l'information au niveau de ces organismes laissent sans réponse les diverses interrogations des jeunes promoteurs qui, découragés, n'aspirent qu'à fuir vers un pays étranger développé où les circuits administratifs paraissent plus adéquats, sans doute plus accueillants... ;
- Par ailleurs, la logique de protection de l'environnement et la nécessité d'aménagement du territoire se trouvent controversées par les attentes des entrepreneurs privés. A titre d'exemple, les interventions des Pouvoirs Publics empêchent l'implantation de projets portant atteinte à l'environnement, c'est le cas de localisation d'unités industrielles à proximité de cours d'eau, d'ateliers de fabrication à côté des habitations...

⁶⁰MOUMOU O « les déterminants et les obstacles des PME familiales algériennes » revue algérienne de prospective et d'études stratégiques, Volume 1 Numéro 1 Janv. - Mars 2016 p76.

⁶¹BERRAH K, BOUKRIF M, op.cit. p 07.

2.3.2 Les contraintes découlant des activités informelles dites souterraines

En Algérie, on définit comme « formel non déclaré » l'ensemble des entreprises non agricoles enregistrées administrativement mais qui ne déclarent pas leurs existences aux services de la fiscalité, à la CNAS ou à la CASNOS (non-paiement des impôts). Pour ADAIR. P & HAMED. Y, après enquête, il s'est avéré que sur l'échantillon des 482 micro-entrepreneurs algériens étudiés, 335 sont informels selon trois critères, à savoir : la non tenue de la comptabilité, le non-paiement des impôts et l'absence d'enregistrement. Soit une proportion de 69,5 % des petites entreprises qui touchent aux activités souterraines. Majoritairement, elles exercent une activité mixte, qui se présentait en quatre catégories : les formels, les formels non enregistrés, les formels-informels et les informels purs. De nos jours, l'environnement socioéconomique de la PME algérienne reste prédominé par le secteur informel⁶².

Ses manifestations sont diverses et concernent plusieurs domaines, à savoir :

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

2.3.3 Les contraintes financières

L'accès aux sources de financement est assez difficile pour les PME qui ne disposent pas de garanties suffisantes, n'ont pas de références établies ni d'historique de crédit. Les PME algériennes n'échappent pas de cette régularité, toutefois les difficultés financières rencontrées par les PME algériennes sont comme suit ⁶³:

- L'appui des banques est inadéquat aux besoins des PME, procédures d'octroi de crédit sont lourdes et non adaptées aux nouvelles données économiques ;
- Les couts du crédit sont élevés, les garanties exigées sont excessives et les délais de traitement des demandes de crédit sont trop longs ;

⁶²Yousef KORICHI, Ali GABOUSSA, Karim SI LEKHAL, op.cit. p 40.

⁶³Rapport des actes Assises nationales de la PME du ministère de la PME et de l'artisanat (janvier 2004).

- L'absence de la notion de la prise de risque partagée par les institutions de financement ;
- Un système de fiscalité ordinaire lourd, et qui n'a pas une vision stratégique de développement.

2.3.4 Les contraintes relatives au marché de travail

En Algérie, le marché de travail est encore instable et sujet à tous les dépassements possibles. Les contraintes qu'il subit sont multiples.

On peut citer les plus importantes :

- Le manque accru des experts en management, des gestionnaires, des techniciens qualifiés... ;
- L'existence de fortes contraintes dans la gestion des ressources humaines (la gestion des contrats, des procédures et des coûts de licenciement...)
- L'inexistence d'Instituts de formations spécialisées et la faiblesse de la qualité des programmes assurés ;
- L'inadaptation des formations dispensées par les universités avec les besoins réels des entreprises et en matière des techniques modernes de management, gestion et de marketing ;
- Difficultés de la pratique des langues étrangères chez la plupart des nouveaux diplômés.

Nous avons constaté dans cette section que les PME occupent en place de plus en plus important dans l'économie, elle représente un facteur clé de croissance et de développement.

Section 03 : Contribution de la PME au développement du pays

Cette section, se propose de présenter et d'analyser la contribution des PME au développement du pays, vue sa participation efficace à la promotion de dimension sociale et de développement économique.

3.1 Contribution de la PME à la création de l'emploi

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

Chapitre 02 les PME en Algérie caractéristiques et évolution

Tableau 08 : Evolution de la contribution de la PME à la création de l'emploi [2016 – 2021] en Algérie

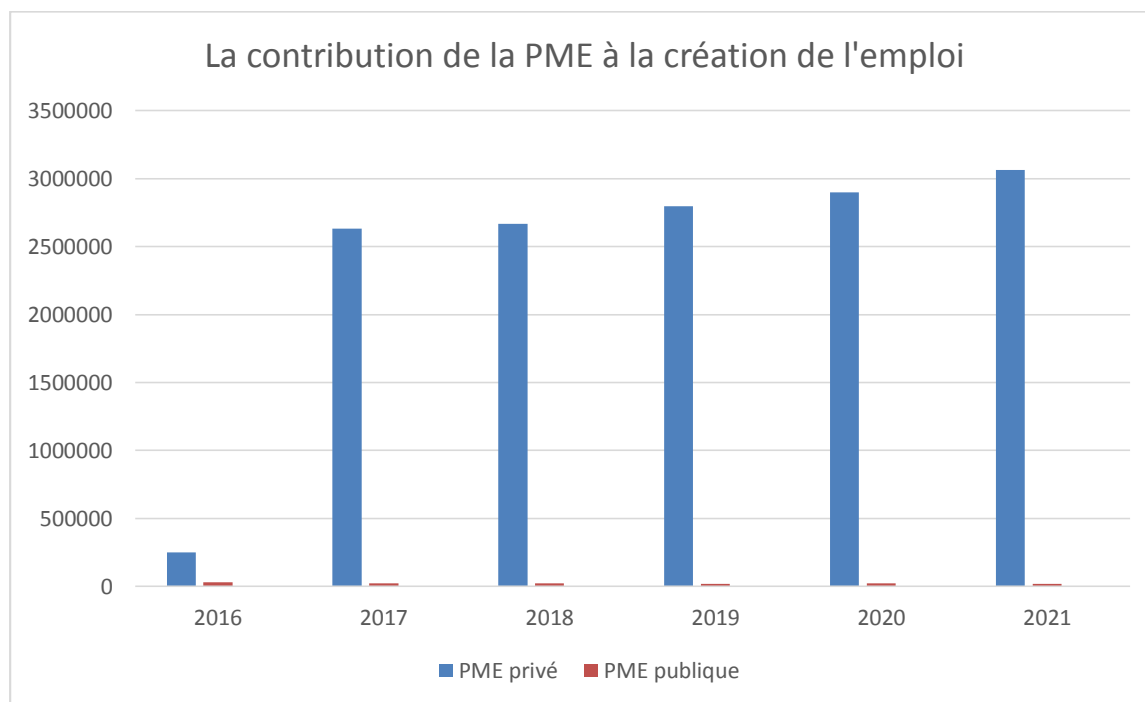
Nature de PME		2016	2017	2018	2019	2020	2021
PME privée	Salarié	1489443	1557782	1575003	1626080	1689980	1796492
	Employeurs	1022231	1074236	1093170	1171701	1209252	1266995
Total		251674	2632018	2668173	2797781	2899232	3063487
PME publique		29024	23452	22073	20955	21537	20016
Total		2540698	2655470	2690246	2818736	2920769	3083503

Source : le tableau établi à partir des données des bulletins d'information statistiques du ministère de la PME (période 2016- 2021).

Commentaire

Le nombre des PME créées a absorbé une partie considérable du chômage important existant dans le pays depuis plus d'une décennie. En termes d'emploi et toujours avec la prise en compte des personnes exerçant dans la profession libérales assimilées aux PME privées, comparativement aux PME publiques.

Figure 08 : Evolution de la contribution de la PME à la création de l'emploi 2016 - 2021



Source : établi à partir des données de tableaux N° 08

Commentaire

On constate à partir le graphe une évolution considérable de l'emploi, pour la période allant de de 2016 au 2021 généré principalement par le secteur privé.

3.2 Contribution des PME à la création de la valeur ajoutée

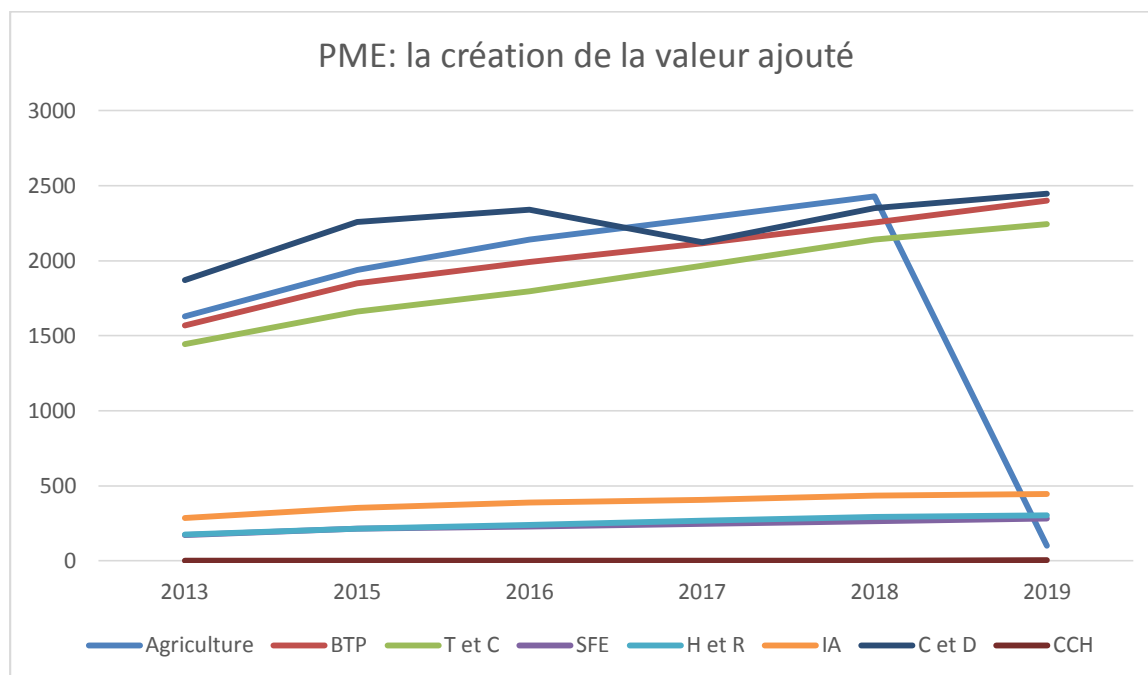
La valeur ajoutée se mesure par la différence des biens qu'elle vend et ce qu'elle a dû acheter pour produire ces ventes.

Tableaux 09 : Evolution de la contribution des PME à la création de la valeur ajoutée HH (2013-2019)

Secteur d'activité	2013	2015	2016	2017	2018	2019
Agriculture	1627,67	1 936,37	2 140,29	2 281,83	2 426,90	100,00
BTP	1568,1	1 850,76	1 990,03	2 117,39	2 254,09	2400,39
Transport et communication	1443,12	1 660,75	1 796,97	1 965,48	2 139,88	2244,87
Services fournis aux entreprises	172,47	214,52	228,92	247,91	263,37	281,24
Hôtellerie et Restauration	174,1	212,78	240,39	269,38	292,15	304,17
Industrie Agroalimentaire	285,48	353,71	389,57	408,11	433,40	444,70
Cuir et chaussure	2,65	2,78	2,83	2,84	3,07	3,27
Commerce et Distribution	1870,6	2 259,33	2 341,23	2 123,86	2 349,59	2445,81
Totale	7144,19	8493	9130,23	9416,8	10163,08	8668,62

Source : établi à partir des données de tableaux N° 09

Figure 09 : Evolution de la contribution des PME à la création de la valeur ajoutée 2013-2019



Source : Réalisé à partir nous dans le tableau N° 09

Commentaire

D'après ce tableau N°09, nous constatons qu'il y a une croissance de la valeur ajoutée dans tous les secteurs dans les années 2013 jusqu'à 2018, mais avec une forte croissance dans certains secteurs par rapport aux autres. Par contre dans l'année 2019 la chute de la valeur ajoutée dans le secteur agriculture est constatée.

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

3.3.1 Contribution à la distribution des revenus

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

3.3.2 Contribution à la relance de l'économie

Premièrement, les PME jouent un rôle important dans le développement économique, grâce à leur capacité d'adopter les technologies.

Deuxièmement, les PME sont particulièrement utiles dans les régions vastes, faiblement dotées en infrastructures de communication et de transport. Les PME participent également, énormément dans la constitution du produit intérieur brut, et dans le développement et la promotion de la production nationale, par le moyen d'innovation et la créativité des jeunes entrepreneurs, comme elles contribuent fortement à la diminution des importations, et même à faire face à la concurrence accrue, sans oublier leur rôle primordial dans l'amortissement des chocs des crises économiques, cette capacité est souvent vérifiée et cela est dû certainement à leur capacité d'adaptation⁶⁴.

On conclut que les PME, en Algérie, par leurs investissements et par leurs emplois jouent un rôle très important dans le développement économique du pays, en dépit des difficultés et des problèmes qu'elles rencontrent.

Conclusion

Tout au long de ce chapitre, nous avons présenté les PME en Algérie, leurs caractéristiques et leurs évolutions. De même, nous n'avons déduit que ces entreprises occupent une place de plus en plus importante dans l'économie algérienne, elles constituent l'élément essentiel qui contribue à la croissance, l'emploi et la richesse.

⁶⁴SELLAMI, A, « Petite et moyenne industrie et développement économique », 1985, Ed. ENL, Alger, P.96

Chapitre 03

Les PME face au défi des exportations en Algérie

Introduction

Tous les pays du monde profitent du bien fais de l'exportation, cependant, L'Algérie, est un pays importateur plus que qu'exportateur, dont ses exportations sont dominées principalement par les hydrocarbures, et le reste ne présente qu'un petit pourcentage.

Ce troisième chapitre s'articule autour de deux sections. La première section est consacrée à l'état des lieux des PME exportatrices algériennes, l'évolution du cadre réglementaire de l'exportation, ainsi que aux statistiques de commerce extérieur. La seconde section sera consacrée aux outils de promotion des exportations en Algérie.

Section 01 : Le cadre général des exportations en Algérie

L'économie algériennes est extrêmement dépendante des hydrocarbures. Dans cette section, il est question de révéler à quel degré les PME algériennes participent au commerce extérieur en dressant un état des lieux des PME exportatrices.

1-1 Etat des lieux des PME exportatrices algériennes**1-1-1 Les catégories de PME à l'égard de l'exportation**

D'après l'étude réalisée par REDOUANE Abdellah⁶⁵ permet de distinguer trois catégories de PME par rapport au sujet de l'exportation :

L'échantillon visé et composé de 100 PME de la région de Bejaia, cette enquête réalisée en 2009.

- Les PME exportatrices : Elles représentent 15 % de l'échantillon final, soit 8 entreprises. Ce sont des PME qui exportent et estiment pouvoir en faire davantage si le potentiel existe dans d'autres produits. Certains essayent d'accéder au marché international pour survivre, d'autres parce qu'elles ont des capacités de production inemployées en raison de l'étroitesse du marché national.
- Les PME potentiellement exportatrices : Elles représentent un tiers de l'échantillon et renvoient aux PME qui ont les capacités d'exporter et qui se sont fixé l'objectif de le faire. Elles s'intéressent plus ou moins à l'exportation en envisageant de s'y engager prochainement puisqu'elles considèrent qu'il existe du potentiel à exporter. La raison de ce retard s'expliquerait par un manque d'accompagnement et d'informations. Dans

⁶⁵RADOUAN A, « Exportation dans les PME algériennes : Quelques réalités, illustration à partir de a la région de Bejaia » in <https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisation-2017-1-p-175.htm>.

cette catégorie, on relève deux groupes, le premier comprend les PME qui vont exporter très prochainement ; pour celles-ci, l'exportation s'inscrit dans le court terme, elles ont un plan préalablement défini et l'opération va se concrétiser dès que la production sera prête (deux nouvelles PME qui sont à peine créées ou qui sont encore en phase de démarrage). Le deuxième groupe comprend les PME qui vont exporter prochainement leurs dirigeants affirment vouloir et pouvoir exporter sans toutefois délimiter leur engagement dans le temps.

- Les PME qui peuvent exporter éventuellement : Elles représentent 06 % de l'échantillon (03 PME). Ce sont les PME qui considèrent avoir du potentiel à exporter un produit donné mais qui ne s'intéressent pas, du moins à moyen terme, à l'exportation parce que leurs capacités de production sont limitées et qu'elles réalisent pleinement leurs profits sur le marché local.

1.-1-2 Une concentration sectorielle des PME exportatrices

Les PME exportatrices représentent 6 secteurs d'activité : agroalimentaire, bois, liège et papier ; chimie, caoutchoucs et plastique ; industrie des matériaux de construction, commerce et ISMME. Si elles sont peu diversifiées en termes de secteurs, encore faut-il souligner leur concentration dans deux principaux secteurs : l'agroalimentaire et le commerce⁶⁶.

Le cas de ces agriculteurs correspond à une activité d'exportation de type « indirect », où les producteurs locaux (les agriculteurs) vendent localement les biens de leur production à des clients étrangers en les vendant à d'autres entreprises domestiques qui font l'objet de l'exportation. Pour le cas du secteur agroalimentaire, la concentration constatée des PME exportatrices s'est justifiée puisque ce secteur est le plus dynamique. Celle-ci constitue, d'ailleurs, un pôle national en agroalimentaire en abritant de nombreux champions nationaux du secteur. L'exportation pratiquée par les PME de ce secteur (mais aussi par celles des autres secteurs manufacturiers) est de type « direct »⁶⁷ ; ce type concerne en effet les entreprises qui produisent et vendent directement les biens de leur production à des clients étrangers. Ce faisant, elles entreprennent toutes les démarches relatives à l'opération sans avoir recours à des intermédiaires.

⁶⁶RADOUANE A, op. Cit

⁶⁷Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey : Business international et mondialisation : vers une nouvelle Europe. Traduction par Siméon FONGANG. Edition de Boeck, Bruxelles 2004. p. 39.

1-1-3 Une faible diversification de la gamme de produits exportés

La faiblesse de la diversification des exportations relève de⁶⁸ :

- La nature de la structure de l'économie nationale ;
- La faiblesse des investissements dans les produits destinés aux marchés étrangers ;
- Le climat des affaires non favorable aux PME exportatrices.

1.2 Évolution chiffrée des exportations Algériennes

1.2.1 Évolution des exportations d'Algérie de 2010 à 2020

1.2.1.1 La prédominance des hydrocarbures dans les exportations algériennes

La part des exportations des hydrocarbures pour la période allant de 2010 à 2020 se présente dans le tableau suivant :

Tableau N°10 : La part des hydrocarbures dans les exportations totales de l'Algérie de 2010 à 2020

Les montants en million USD

Année	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total des Exportations	57053	73489	71866	64974	62886	34668	30026	34763	41797	35824	7617
EXP Hydrocarbures	55527	71427	69804	62960	60304	32699	28221	32864	38872	33243	7038
% EXP H	97,19	97,19	97,13	96,90	95,89	94,32	93,99	94,54	93,00	92,80	92,40

Source : CNIS (tableau N° 10 établi par nous-même à partir des rapports périodiques de 2010 à 2020)

Le total des exportations a connu une nette amélioration entre 2010 et 2011 passant de 57,05 milliards USD en 2010 à 73,48 milliards USD en 2011 dont le total des exportations a réalisé un pic, cette évolution s'explique par la hausse de la part des exportations des hydrocarbures qui passait de 55,52 milliards en 2010 à 71,43 milliards USD en 2011.

⁶⁸Cadre de politique commerciale : Algérie-politiques commerciales et diversification, conférence des nations unies sur le commerce et le développement CNUCED, 2017, p. 18.

En 2013, le total des exportations a diminué à 64,97 milliards USD dont la baisse est devenue plus importante de 2015 jusqu'à 2020. En 2015, une chute de 45% a été enregistrée, par rapport à 2013, passant de 64,97 milliards USD à 34,69 milliards USD pour arriver en 2016 à son plus bas niveau qui s'élevait à 30,02 milliards USD. Cette baisse est due à la chute spectaculaire des prix des hydrocarbures.

En 2017 le niveau des exportations a légèrement augmenté de 16,45% par rapport à l'année 2016. Les exportations ont continué de baisser dont le total passait de 41,80 milliards USD en 2018 à 35,82 milliards USD en 2019 et une chute de 7,6 milliards USD en 2020.

En conclusion, nous constatons la prédominance de la part des hydrocarbures dans le total des exportations qui varie entre 95% et 97% de 2010 à 2014.

1.2.1.2 La part des exportations hors hydrocarbures de 2010 à 2020

La part des exportations hors hydrocarbures pour la période allant de 2010 à 2020 se présente dans le tableau suivant :

Tableau N°11 : La part hors hydrocarbure dans les exportations totales de l'Algérie de 2010 à 2020.

Les montants en million USD

Année	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total des Exportation	57053	73489	71866	64974	62886	34668	30026	34763	41797	35824	7617
EXP Hors H	1526	2062	2062	2014	2582	1969	1805	1899	2926	2580	579
% EXP H H	2,68	2,81	2,87	3,1	4,11	5,68	6,01	5,46	7	7,2	7,60

Source : CNIS (tableau N°11 établi par nous-même à partir des rapports périodiques de 2010 à 2020)

Les exportations hors hydrocarbures ont maintenu presque le même rythme, on constate une augmentation entre 2010 et 2014, passant de 1,52 milliards USD en 2010 à 2,58 milliards USD en 2014, pour connaître une baisse entre 2015 et 2016 de 1,9 à 1,8.

La part hors hydrocarbures dans les exportations totale a connu une nette amélioration entre 2017 et 2019 passant de 1,90 milliards de dinars en 2017 à 2,58 milliards de dinars en 2019. Mais une baisse à 0,57 milliards de dinars dans la période 2020.

En conclusion, nous constatons que les exportations hors hydrocarbures restent toujours marginales, dont leur part dans l'exportation globale varie entre 3% et 5%.

1.2.2 Évolution de la balance commerciale

Les soldes de la balance commerciale de l'Algérie pour la période allant de 2010 à 2020 se présentent dans le tableau ci-après :

Tableau N°12 : Évolution de la balance commerciale 2010 à 2020

Les montants en million USD

Année	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total des Exportations	57053	73489	71866	64974	62886	34668	30026	34763	41797	35824	7617
Total des Importations	40473	47247	50376	55028	58580	51702	47089	45957	46330	41934	9122
Solde de la balance Commerciale	16580	26242	21490	9946	4306	- 17034	- 17063	- 11194	- 4533	- 6111	- 1505

Source : CNIS (tableau N°12 établi par nous-mêmes à partir des rapports périodiques de 2010 à 2020)

Nous constatons une nette diminution du total des importations entre 2015 et 2020 par rapport aux périodes allant de 2010 à 2014. Ceci s'explique principalement par la nouvelle politique des pouvoirs publics algériens qui ont adopté depuis 2015 une politique protectionniste visant à réduire les importations, à cet effet entre 2015 et 2017 des licences d'importation ont été instaurées pour certain nombre de produits et par la suite une interdiction de plusieurs centaines de produits.

Malgré la baisse de la valeur des importations entre 2015 et 2020 mais le solde de la balance commerciale enregistre un déficit ceci s'explique par la baisse de la valeur des exportations, principalement les exportations des hydrocarbures dont les prix ont connu des chutes spectaculaires à partir de 2014.

1.2.3 Évolution des exportations par groupe d'utilisation

La structure des exportations hors hydrocarbures en Algérie par groupe d'utilisation est illustrée dans le tableau ci-après :

Tableau N°13 : Évolution des exportations par groupe d'utilisation (2010-2020)

Les montants en million USD

Désignations	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Bien Alimentaire	315	355	315	402	323	235	327	348	374	408	111
Produit brut	170	94	161	168	109	109	84	73	92	96	15
Demi-produits	1056	1496	1527	1458	2121	1597	1321	1384	2336	1957	434
Bien d'équipements agricoles	1	-	1	-	2	1	-	0,26	-	-	0,01
Bien d'équipements industriels	30	35	32	28	16	19	54	74	90	83	11
Bien de consommation non alimentaire	30	15	19	17	11	11	19	20	33	36	7
Total exportations	57053	73489	71866	64974	62886	34668	30026	34763	41797	35824	7617

Source : CNIS (tableau N°13 établi par nous-mêmes à partir des rapports périodiques de 2010 à 2020)

Commentaire

La structure des exportations hors hydrocarbures en Algérie par groupe d'utilisation durant la période allant de 2010-2019 montre que les demi-produits occupent la première place de 2010 jusqu'à 2019 avec un montant de 1056 millions USD en 2010 à 1 957 millions USD en 2019. Mais la baisse dans la période allant de 2020 avec un montant 434 millions USD.

1.2.4 Les principaux partenaires commerciaux de l'Algérie

Tableau N°14 : principaux pays partenaires de l'Algérie 2020

Principaux Fournisseurs	Valeur	Structure %	Principaux Clients	Valeur	Structure %
CHINE	1 549,79	16,99	ITALIE	1 175,90	15,44
FRANCE	951,99	10,44	FRANCE	1 005,35	13,20
Italie	741,71	8,13	TURQUIE	705,03	9,26
ESPAGNE	570,36	6,25	ESPAGNE	627,85	8,24
ALLEMAGNE	558,78	6,13	CHINE	471,27	6,19
ETAS UNIS D'AMERIQUE	488,35	5,35	PAYS-BAS	351,61	4,62
TURQUIE	421,45	4,62	ETAS UNIS D'AMERIQUE	322,18	4,23
ARGENTINE	326,62	3,58	MALTE	283,47	3,72
BRESIL	277,37	3,04	BELGIQUE	271,33	3,56
FEDERATION DE RUSSIE	271,17	2,97	INDE	268,58	3,53
UKRAINE	204,80	2,25	GRANDE BRETAGNE	235,01	3,09
INDE	194,57	2,13	TUNISIE	220,20	2,89
REP DE COREE	189,72	2,08	BRESIL	197,24	2,59
EGYPTE	167,50	1,84	SINGAPOUR	193,67	2,54
ARABIE SAOUDITE	118,29	1,30	AUSTRALIE	191,36	2,51
Sous Total	7 032,45	77,10	Sous Total	6 520,03	85,60
Reste du monde* (143 pays)	2 089,32	22,90	Reste du monde (92 pays)	1 097,06	14,40
Total	9 121,76	100%	Total	7 617,09	100%

Source : CNIS (tableau N°14 établi par nous-mêmes à partir des rapports périodiques de 2020)

Commentaire

Les cinq premiers fournisseurs de l'Algérie représentent 47,94 % des importations globales et ce, pour le premier trimestre de l'année 2020. Bien que les importations des biens originaires de la Chine aient connu un repli de l'ordre de 32,33 %, cette dernière est érigée en principal fournisseur durant le premier trimestre de cette année. Elle a contribué à hauteur de 16,99 % des importations de l'Algérie, suivie par la France, l'Italie, l'Espagne et l'Allemagne avec les parts respectives de 10,44 %, de 8,13 %, de 6,25 % et de 6,13 %.

Aussi les principaux clients qui représentent les cinq premiers clients de l'Algérie ont atteint durant le premier trimestre de l'année 2020, une part près de 52,32 % des exportations algériennes, comme repris dans le tableau N°14 ci-contre. A ce titre, l'Italie est le principal client de l'Algérie avec une part de 15,44 %, suivie par la France, la Turquie, l'Espagne et la Chine avec des parts respectives de 13,20 %, 9,26 %, 8,24 % et de 6,19 %.

On conclue que l'exportation fait figure de parent pauvre dans le secteur des PME en Algérie. Et on constate que le nombre de PME qui exportent est très faible.

Section 02 : Les outils de promotion des exportations en Algérie

Le gouvernement algérien à travers son programme de soutien a affirmé son engagement dans sa politique d'aide aux entreprises exportatrices à travers plusieurs mesures et facilitations.

Ces politiques reposent essentiellement sur les facilitations tendant à l'assouplissement des procédures d'exportation qui se sont traduit par⁶⁹ :

2-1 Les organisations institutionnelles

Parmi les mesures de soutien aux exportations hors hydrocarbure en Algérie

2.1.1 L'agence National de promotion du commerce Extérieure (ALGEX)

Crée en juin 2004 pour apporter, un support aux exportations hors hydrocarbures. Elle est chargée de contribuer aux efforts de promotion du produit algérien et de diversification des exportations. Ses principales missions se résument comme suit :

- La contribution à l'élaboration de la stratégie de promotion des exportations hors Hydrocarbures ;

⁶⁹www.algex.dz/index.php/fr/decouvrir-algerie.export/a propos-d_algex.

- La vulgarisation et la mise à disposition de l'information commerciale, économique et technique nécessaire à la conduite des opérations du commerce extérieur ;
- La mise en place d'un portail d'informations permettant aux opérateurs de se renseigner en ligne sur différents aspects du commerce extérieur ;
- L'accompagnement et assistance des entreprises lors des manifestations organisées à l'étranger⁷⁰.

2.1.2 La compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX)

Créée en 1996 afin de prendre en charge l'assurance du risque commercial et Politique. La CAGEX a pour mission de⁷¹ :

- Assurance-crédit export (couverture des risques nés de l'exportation) ;
- Assurance-crédit domestique (crédit inter entreprise, crédit à la consommation) ;
- Assurance foires ;
- Vente d'informations économiques et financières ;
- Recouvrement de créances ;
- Coassurance et réassurance.

2.1.3 Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE)

Le fonds spécial pour la promotion des exportations a été institué par la loi de finances pour 1996. Il est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs. Il est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs.

Le fonds spécial pour la promotion des exportations prend en charge :

- Une partie des frais liés aux études des marchés extérieurs, à l'information des exportateurs et à l'étude pour l'amélioration de la qualité des produits et services destinés à l'exportation ;

⁷⁰www.min.commerce.gov.dz.

⁷¹www.cagex.dz.

- Une partie des frais de participation des exportateurs aux foires, expositions et salons spécialisés à l'étranger, ainsi qu'à la prise en charge des frais de participation des entreprises aux forums techniques internationaux ;
- Une prise en charge partielle destinée aux petites et moyennes entreprises, pour l'élaboration du diagnostic « export », la création de cellules « export » internes ;
- L'aide à la mise en œuvre de programmes de formation aux métiers de l'exportation⁷².

2.1.4 La société Algérienne des Foires et Expositions (SAFEX)

C'est une entreprise publique issue de la transformation de l'organisme social et de la dénomination de l'office National des foires et expositions (ONAFEX), créé en 1971. Dans le cadre de ses missions, la SAFEX exerce ses activités dans les domaines suivants :

- Organisation des foires, salons spécialisés et expositions, à caractère national, international, local et régional ;
- Organisation de la participation algérienne aux foires et expositions à l'étranger ;
- Assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international ;
- Organisation de rencontres professionnelles, séminaires et conférences ;
- Gestion et exploitation des infrastructures et structures du Palais des Expositions⁷³.

2.1.5 L'Association Nationale des exportateurs Algériens (ANEXAL)

Créé le 10 Juin 2001, l'ANEXAL est une association régie par la loi N° 90-31 du 24 décembre 1990⁷⁴, ainsi que par ses statuts particuliers. Elle a une multitude d'activités, les principaux sont

- Collecte d'informations économiques auprès des chambres de Commerce, d'ALGEX (ex PROMEX), du CNIS, de l'ONS, des Banques, des représentations commerciales, et des ambassades

⁷²Ministère du Commerce, textes réglementaires régissant les fonds spéciaux pour la promotion des exportations Direction de la promotion des exportations, p7.

⁷³Www. Safex. Com.

⁷⁴Loi n° 90/31 du 24/12/1990

- Diffusion d'information utiles (opportunités d'affaires, lois, décrets, circulaires d'applications, accords bilatéraux, etc.) à l'ensemble des adhérents et opérateurs économique.
- Participation aux rencontres, journées d'études, réunions de coordination et de travail organisées par les institutions et organismes publics, les auxiliaires à l'exportation ainsi que les organismes internationaux⁷⁵.

2.1.6 La chambre Algérienne de commerce et d'industrie (CACI)

La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie a été instituée suite au décret 96-94 du 03 mars 1996. Elles assurent des missions⁷⁶ :

- Fournir aux pouvoirs publics, sur leur demande ou de sa propre initiative, les avis, les suggestions et les recommandations sur préoccupations intéressant aux plans nationaux secteurs du commerce, de l'industrie et des services ;
- Organiser la concertation entre ses adhérents et recueillir leur point de vue sur les textes que lui soumettrait l'administration pour examen et avis ;
- Effectuer la synthèse des avis, recommandations et propositions adoptés par les chambres de commerce et d'industrie et de favoriser l'harmonisation de leurs programmes ;
- D'entreprendre toute action visant le développement des différents secteurs de l'économie nationale et leur expansion notamment en direction des marchés extérieurs.

Toutefois, même si la CACI est consultée par les exportateurs algériens en particulier pour la programmation des foires, ces derniers relèvent par contre l'absence de toute valeur ajoutée notamment, en matière d'information plus spécifique au marché visé par ces opérateurs, ni même en matière de prospection des marchés étrangers.

2.1.7 Le couloir vert

Le couloir vert constitue un appui ou une facilitation qui est accordé depuis septembre 2006 à l'exportation de dattes, et consiste en l'assouplissement du passage en douane de la

⁷⁵Www. Anexal. Com.

⁷⁶Tiré le site : www.caci.dz

marchandise qui subit uniquement un control documentaire ce qui se traduit par une fluidité générant une réduction considérable des délais d'expédition. Cette facilitation doit être étendue à terme aux autres exportations de produits périssables : produits agricoles frais produits de la pêche⁷⁷.

Ce couloir permettra, entre autre une fluidité maximale à l'opération d'exportation afin d'acheminer rapidement les produits vers le client, une facilitation des procédures administratives et enfin une réduction de tous les délais de délivrance des documents administratives nécessaires à l'exportation¹⁰⁷. Ce dispositif d'appui aux exportations, essaye d'aider et d'offrir des facilitations aux exportateurs durant les différentes les étapes de cette opération.

2-1 Les exonérations fiscales

La législation fiscale algérienne accorde de nombreux avantages pour les opérations d'exportations, elle concernant la taxe sur l'activité professionnelle (TAP), la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) et impôt sur bénéfice de société (IBS).

2.2.1 Exonération en matière d'impôts directs

Selon l'article 220-3 du code des impôts directes et taxes assimilées, 2017

- Bénéficient d'une exonération permanente de l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS) les opérations génératrices de devises, notamment : les opérations de ventes destinées à l'exportation et les prestations de services destinées à l'exportation.
- Exclusion de la base imposable de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) du chiffre d'affaires le montant des opérations de ventes, de transport ou de courtage portant sur des objets ou des marchandises destinés directement à l'exportation.

2.2.2 Exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires

- Sont exemptées de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), sous certaines conditions, les affaires de vente et de façon qui portent sur les marchandises exportées⁷⁸.
- Sont exemptées de la TVA les achats ou les importations de marchandises, réalisés par un exportateur, destiné soit à l'exportation ou à la réexportation en l'état, soit à être

⁷⁷Ministre du commerce Algérie, Direction de la promotion des exportations, février 2008, p.7.

⁷⁸Article 13 du code des taxes sur le chiffre d'affaires, 2017.

incorporés dans la fabrication, la composition, le conditionnement ou l'emballage des produits destinés à l'exportation ainsi que les services liés directement à l'opération d'exportation⁷⁹.

3-1 Les régimes douaniers suspensifs à l'exportation

Toujours dans l'intérêt de promouvoir les exportations hors hydrocarbures, les régimes économiques douaniers permettent le stockage, la transformation, l'utilisation ou la circulation de marchandises en suspension des droits de douane, des taxes intérieures de consommation ainsi que tous autres droits et taxes et mesures de prohibition de caractère économique dont elles sont passibles. Ces régimes comprennent :

2.1.1 Le transit douanier :

Le transit est le régime douanier sous lequel sont placées les marchandises transportées sous contrôle douanier d'un bureau de douane à un autre bureau de douane, par voie terrestre ou aérienne en suspension des droits et taxes et des mesures de prohibition caractère économique⁸⁰.

2.1.2 L'entrepôt des douanes :

L'entrepôt des douanes est le régime douanier qui permet l'emmagasinage des marchandises sous contrôle douanier dans les locaux agréés par l'administration des douanes en suspension des droits et taxes et des mesures de prohibitions à caractère économique.

2.1.3 Admission temporaire :

Le régime de l'admission temporaire permet, sous certaines conditions, d'introduire sur le territoire douanier en exonération totale ou partielle des droits et taxes, des marchandises en vue de leur réexportation en l'état dans les délais impartis⁸¹.

2.1.4 Réapprovisionnement en franchise :

Par réapprovisionnement en franchise on entend le régime douanier qui permet d'importer, en franchise des droits et taxes à l'importation, les marchandises équivalentes par leur espèce,

⁷⁹Article 42-2 du code des taxes sur le chiffre d'affaires, 2017.

⁸⁰L'article 125 de la loi N° 79-07 du 21 juillet 1979, modifiée et complétée, portant code des douanes.

⁸¹L'article 174 de la loi N° 79-07 du 21 juillet 1979, modifiée et complétée, portant code des douanes.

leur qualité et leurs caractéristiques techniques à celles qui, prises sur le marché intérieur, ont été utilisées pour obtenir des produits préalablement exportés à titre définitif⁸²

2.3.5 Exportation temporaire :

On entend par exportation temporaire, le régime douanier qui permet l'exportation temporaire, sans application des mesures de prohibitions à caractère économique et dans un but défini, de marchandises destinées à être réimportées dans un délai déterminé :

- Soit en l'état, sans avoir subi de modification, exception faite de leur dépréciation normale par suite de l'usage qui en est fait ;
- Soit dans le cadre du perfectionnement passif, après avoir subi une transformation, un ouvraison, un complément de main d'œuvre ou une réparation⁸³.

L'objectif assigné à ses accords est d'apporter des facilitations et des avantages en matière des droits de douane appliqués, en accordant des faveurs pour l'exportation de certains produits vers ces pays. Depuis une vingtaine d'année, Etat Algérien a mis en place, différents outils et mesure d'aide et de facilitations pour encourage les exportations Algérienne.

Conclusion

Pour clore, l'exportation a un grand poids dans l'économie de chaque pays, en Algérie les exportations sont passons par plusieurs fluctuations.

L'objectifs de ce chapitre et de mettre la lumière sur les PME face au défi des exportations en Algérie. Après avoir donné un aperçu global sur le secteur de la pme en Algérie, nous analyserons dans ce chapitre Etas des lieux des PME exportatrice en Algérie et Evolution des exportations et en fin les outils de promotions des exportations en Algérie.

⁸²L'article 186 de la loi N° 79-07 du 21 juillet 1979, modifiée et complétée, portant code des douanes.

⁸³L'article 193 de la loi N° 79-07 du 21 juillet 1979, modifiée et complétée, portant code des douanes.

Chapitre 04
La réalité des PME
exportatrices de la
wilaya de Bejaia.

Introduction

Ce chapitre se propose, de fournir dans un premier lieu une présentation de notre méthodologie de recherche. Dans un deuxième lieu, nous allons essayer d'analyser et d'interpréter les résultats fournis par notre enquête de terrain.

Section 01 : Présentation de la méthodologie de recherche et du lieu de stage

Dans les points qui suivent, nous allons exposer la démarche que nous avons adopté pour la réalisation de notre enquête de terrain, et ce, en présentant la méthode de recherche et les techniques de collecte de données.

1-1 Objectif de la recherche

Rappelons que notre problématique de recherche est de répondre à la question suivante : « Dans quelle mesure les PME algériennes contribuent-elles à la diversification de l'économie via les exportations ? ».

A travers ce travail, nous tenterons de comprendre la réalité de la contribution des PME de la Wilaya de Bejaia à la diversification de l'économie nationale pour arriver à la fin à la vérification de nos hypothèses, tout en tenant compte du cadre théorique développé.

1.2 Déroulement de l'enquête

Notre cas pratique est basé sur une collecte de données menée auprès de 03 PME de la Wilaya de Bejaia.

Nous avons, d'abord, réalisé un stage pratique au niveau de l'entreprise SNC KHODJA Seddouk, durant la période allant du 18 avril au 18 mai 2022. L'objectif de ce stage consiste à se confronter à la réalité du terrain.

De même, nous avons mené un enquête sur le terrain en utilisant un guide d'entretien comme outil de collecte de données, durant la même période, auprès d'un échantillon initial de 07 PME de la wilaya de Bejaia appartenant à différents secteurs d'activités, ayant déjà réalisé des opérations d'exportation. De ces 10 PME, seulement 03 d'entre elles ont accepté de nous répondre et de participer à notre enquête. Les entretiens ont été effectués avec les dirigeants des PME, en effet nous avons jugé qu'ils étaient les personnes aptes à répondre aux questions liées à notre thème.

Nous avons assuré la distribution des guides d'entretien et nous avons assisté aux réponses des dirigeants des PME enquêtées, cela nous a permis d'un côté de mieux cerner leurs réponses et d'un autre côté d'éclaircir les questions qui semblaient être ambiguës pour eux.

Nous tenons à souligner que nous avons fait face, durant cette enquête, à certaines difficultés qui sont liées essentiellement aux contraintes de temps et de distance, mais aussi aux difficultés d'accès aux informations pour des raisons de confidentialité. De même, beaucoup de dirigeants ont refusé de nous recevoir et de répondre à nos questions et ce, en raison de non disponibilité et de méfiance.

1-3 Présentation de l'outil de collecte de données : le guide d'entretien

1.3.1 Définition d'un entretien

L'entretien est une « méthode de recueil d'informations qui consiste en des entretiens oraux, individuels ou de groupes, avec plusieurs personnes sélectionnés soigneusement, afin d'obtenir des informations sur des faits ou des représentations, dont on analyse le degré de pertinence, de validité et de fiabilité déterminé en regard des objectifs du recueil d'informations⁸⁴».

1.3.2 Les objectifs de l'entretien

- Obtenir des informations, des perceptions, sentiments, attitudes ou opinions de la part de l'interlocuteur ;
- Comprendre ce que les personnes pensent ou peuvent penser sur un sujet ;
- Approfondir des points importants ;
- Amener les personnes enquêtées à s'exprimer sur un sujet précis en ayant recours à une relation personnelle ;
- Permettre de recueillir de nombreuses informations nuancées ;
- Permettre de faire préciser à la personne enquêtée ce qu'elle veut dire ;
- Faciliter l'expression des représentations de la personne, ses sentiments.

⁸⁴Direction des ressources humaines.

1.3.3 Les types d'entretien

Il existe trois types d'entretien. En général, c'est la thématique de recherche qui détermine le type d'entretien que le chercheur peut utiliser⁸⁵.

- A. L'entretien non-directif :** dans ce type d'entretien, l'enquêté annonce le thème de son discours comme il le souhaite. Le rôle de l'enquêteur dans ce cas n'est pas d'encourager l'informateur à parler. Au contraire, il doit adopter une position neutre. Et il doit apparaître comme une personne capable d'écouter et d'accepter les propos des informateurs. L'enquêteur peut intervenir mais uniquement pour manifester son accord à travers des termes comme (oui, je vois, je suis d'accord, ensuite). L'avantage de l'entretien sans poser de questions directes. Il donne à l'enquêté la liberté d'organiser ce type d'entretien est qu'il est accessible à plusieurs personnes car il ne nécessite pas de compétences particulières. Cependant, il a l'inconvénient de ne pas délimiter le sujet précis sur lequel l'informateur va parler. De ce fait, l'informateur aborde le thème de l'enquête de façon générale (Blanchet et Gotman, 2010).
- B. L'entretien semi-directif :** ce troisième type d'entretien se situe entre l'entretien directif et non directif. Il se caractérise par le fait qu'il laisse à l'interviewer un espace assez large pour donner son point de vue. L'enquêteur pose des questions et laisse l'enquêté répondre en toute liberté. Le rôle de l'enquêteur dans ce type d'entretien est d'encourager l'informateur à parler et donner davantage d'information sur la thématique de sa recherche. Les questions posées dans ce type d'entretien sont relativement ouvertes. L'enquêteur doit les recentrer afin de ne pas perdre de vue l'objectif qu'il s'est fixé (Blanchet et Gotman, 2010).
- C. L'entretien directif :** ce type d'entretien se rapproche de la méthode du questionnaire. En effet, avant d'aller sur le terrain, le chercheur établit une série de questions précises qu'il va poser aux interviewés. Dans un souci de comparer scientifiquement les données, le chercheur va poser les mêmes questions à tous les interviewés. Certes, ce type d'entretien est sécurisant pour le chercheur. Ce dernier arrive avec une série de questions préétablies. Mais, il ne laisse qu'une petite marge de manœuvre à l'enquêté. A cause des

⁸⁵ <http://slideplayer.fr/slide/9695237/> consulté le 13/06/2022.

limites que lui pose l'enquêteur, l'enquêté n'aura pas une grande liberté pour s'exprimer (Blanchet et Gotman, 2010).

Nous avons choisir ce dernière type « l'entretien directif » parce que c'est une étude qualitative.

2.1 Présentation de l'organisme d'accueil SNC KHODJA

Cette section accord sur présentation de l'organisme d'accueil, historique, présentation de l'activité de l'entreprise SNC KHODJA, l'analyse de l'environnement externe et interne de cette dernière et les gammes des produits.

2.1.1 Présentation de SNC KHODJA et CIE

KHODJA & CIE est un Établissement agroalimentaire spécialisé dans les produits oléicoles et du terroir. Riche d'un savoir-faire et situé au cœur d'un patrimoine oléicole considérable, notre Etablissement se hisse au rang de la première conserverie moderne dans la région. Nous avons bâti au fil des ans, une tradition de bon goût et de qualité non seulement de produits mais aussi de services. Nous avons mis tous les moyens nécessaires pour l'introduction de nouvelles techniques sur les principaux aspects agronomiques à prendre en compte dans la plantation et la maîtrise de la transformation. En particulier au niveau du matériel végétal, des facteurs physicochimiques et biotiques ainsi que les normes de qualité pomologique et sanitaire du matériel transformable, et ce, pour faire émerger conjointement un terroir et des variétés aboutissant à l'élaboration de divers produits transformés valorisés par des stratégies d'appellation d'origine.

2.1.2 Historique de SNC KJODJA ET CIE

Le gérant de la SNC KHODJA ET CIE, M. Bachir KHODJA, peut s'enorgueillir d'avoir réussi à imposer une marque, BLADY. Un label avec lequel l'entreprise a franchi un grand pas vers la labellisation en I.G. (Indication géographique). Résultat des courses ? Les dirigeants ambitionnent à présent d'augmenter leurs parts de marché à l'exportation. Et là, l'influence du manager n'est pas étrangère aux succès de l'entreprise familiale.

Pour laisser place à ces enfants, l'entreprise individuelle KHODJA Mohand change, en 2007⁸⁶, de statut juridique et devient la SNC KHODJA & CO. Les associés maintiennent

⁸⁶Document interne de l'entreprise

Chapitre 04 : La réalité des PME exportatrices de la wilaya de Bejaia

l'activité principale à savoir la conservation et la transformation d'olives et le conditionnement d'huile d'olives et élargissent la gamme aux autres produits du terroir tels que la figue sèche, les câpres et une grande variété de fruits et légumes. Aujourd'hui, cet établissement qui est riche d'un savoir-faire et situé au cœur d'un patrimoine oléicole considérable, se hisse au rang de la première conserverie moderne dans la région.

Après quatre années d'activités, les dirigeants ont éprouvé la nécessité de mettre à niveau leur entreprise par la mise en place d'un système de management de la sécurité des denrées alimentaires conformément à la norme ISO 22000 V2005. Un investissement de 50 millions de dinars sera consacré à la réalisation de cette opération qui consiste en l'acquisition d'équipement moderne de conditionnement et de transformation et de stockage. C'est le cas notamment du laboratoire (physico-chimie et microbiologie) en interne, de la salle blanche (aseptique) pour le conditionnement, la mise en bouteilles et en conserves automatisées des produits oléicoles (olives, huile d'olives, figue sèche, confiture de figue, câpres, etc.).

L'innovation et la recherche est une autre préoccupation pour l'entreprise. Dans cet esprit, une gamme variée de produit dérivés de l'olive, de l'huile d'olive associée aux autres produits locaux destinés à une large consommation font l'objet actuellement d'un travail de recherche très approfondie en collaboration avec l'université de Bejaia pour leurs caractérisations et introduction sur le marché.

La nécessité d'un ancrage social et professionnel de l'entreprise est un autre souci du gérant, pour cela, il est membre actif au sein du mouvement associatif local et fondateur de la fédération algérienne de l'olive récemment créée par les professionnels du secteur oléicole.

En amont et en toute propriété, la SNC KHODJA ET CIE exploite des milliers d'oliviers par l'introduction de nouvelles techniques sur les principaux aspects agronomiques à prendre en compte dans la plantation et la maîtrise de la transformation. En particulier au niveau du matériel végétal, des facteurs physico-chimiques et biotiques ainsi que les normes de qualité pomologique et sanitaire du matériel transformable, et ce, pour faire émerger conjointement un terroir et des variétés aboutissant à l'élaboration de divers produits transformés valorisés par des stratégies 'appellation d'origine⁸⁷.

L'entreprise a réalisé sa première exportation en 2008. Quelque 80 tonnes d'huile lampante en vrac et 40 tonnes d'huile vierge fine conditionnée en bouteille vers l'Europe, Asie

⁸⁷Document interne de l'entreprise.

Chapitre 04 : La réalité des PME exportatrices de la wilaya de Bejaia

et l'Amérique. Les initiatives ont été renouvelées durant les exercices suivants, notamment par le lancement de la marque « Jaia » en partenariat avec un ressortissant algérien à l'étranger destinée à la communauté algérienne vivant en France.

Pour l'heure, a reconnu M. Bachir KHODJA gérant la KHODJA et CIE, l'entreprise n'a pas beaucoup développé son réseau de commercialisation et ses boutiques Show-Room à travers le territoire national pour atteindre le consommateur et faire connaître ses produits du terroir. Elle met à profit, pour cela, les salons spécialisés et fêtes organisés autour de l'olive et des figes ainsi que l'utilisation des nouvelles technologies. En effet, KHODJA et CIE est parmi les premières entreprises à disposer d'un site internet pour la promotion des produits oléicoles et du terroir algérien et de ventes on line. Le gérant de la société s'y attèle car il n'ignore pas que c'est une condition s'il veut augmenter ses parts de marché à l'exportation, fidéliser sa clientèle et conserver la compétitivité de son entreprise⁸⁸.

2.1.3 Situation géographique de société

L'Entreprise SNC KHODJA et CIE se situe à Seddouk centre dans la daïra de Seddouk, wilaya de Bejaia. Elle est positionnée à proximité de la Rue du 17octobre, Seddouk centre, 06O11, Bejaia Algérie.

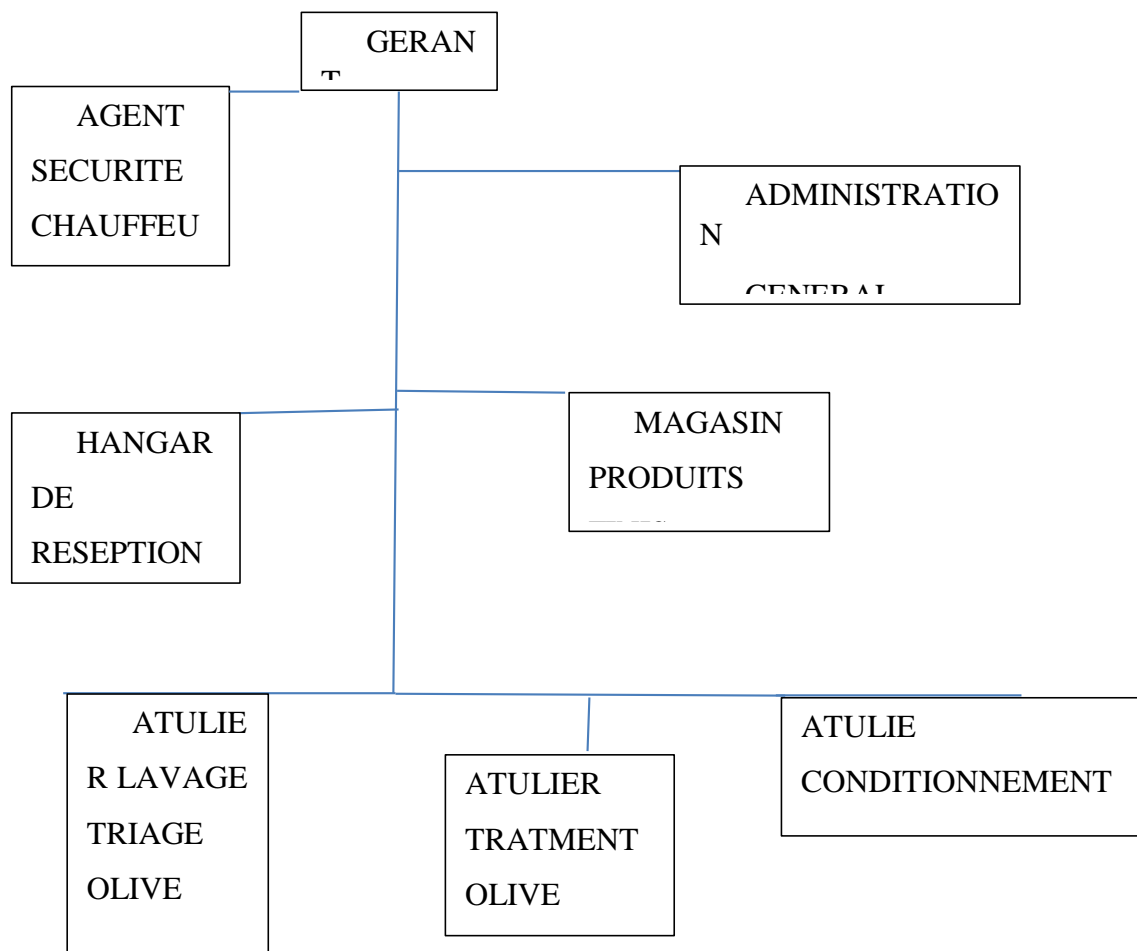
2.1.4 Activités de l'Entreprise SNC KHODJA et CIE

La principale activité SNC KHODJA et CIE est la conservation d'olives et collecte conditionnement d'huile d'olive, et collecte conditionnement de fruits et légumes (figes sèches, câpres, piments, caroube, légumes (fenouillet, carotte, navet...) ainsi que tous travaux agricoles et forestiers. Mais elle fait aussi dans le conditionnement et la commercialisation des produits du terroir.

⁸⁸Document interne de l'entreprise.

2.1.5 L'organigramme de l'entreprise SNC KHODJA et CIE

Figure N° 10 : L'organigramme de l'entreprise



Source : Document interne de l'entreprise

L'administration générale, conduite par deux agents sous la conduite du manager, assure les tâches de gestion du personnel, de comptabilité, de commercialisation et de relation avec les fournisseurs les agricoles et collecteurs produits.

Par structure les effectifs sont :

- Administration général : 3 agents ;
- Responsable techniques et production : 2 agents ;
- Atelier lavage tirage olive : 3 ouvriers ;
- Atelier traitement olive (désertisation, fermentation, calibrage, dénoyautage) ;
- Atelier conditionnement (futs, sceaux, récipients) : 4ouvriers ;
- Magasiniers : 2 ;
- Chauffeur : 1.

2.1.6 Les différents bureaux

- Seddouk - Bejaia (Siège social) ;
- Alger (Bureau de liaison et dépôt) ;
- Sétif (Dépôt) ;
- Bejaia (Dépôt) ;
- Constantine (Dépôt) ;
- Sig (Bureau et dépôt).

2.1.7 Statut juridique de la société

- Au niveau de l'exploitation production agricole ⁸⁹:
 - SAU : 15 hectares ;
 - Surface irriguée : 2.5 hectares ;
 - Nombre d'olivier : 1200 arbres ;
 - Arbres fruitière : 200 arbres (Pommier, Pêche, Abricot).
- Au niveau de la transformation agricole investissements
 - Acquisition d'une ligne de transformation et conditionnement d'olive de table d'une capacité de 5 tonnes jours.
 - Acquisition d'une ligne de conditionnement d'huile d'olive d'une capacité de 1200B/H ;
 - Acquisition d'un équipement d'oxydation et de stérilisation d'olives ;
 - Acquisition d'un matériel de conditionnement d'olive en sachet ;
 - Acquisition de cuves de stockage d'une capacité de 100 tonnes ;
 - Aménagement d'un laboratoire de contrôle et analyses microbiologiques et physico-chimiques ;
 - Aménagement d'une salle aseptique de conditionnement aux normes ISO 22000.

⁸⁹Document interne de l'entreprise.

Chapitre 04 : La réalité des PME exportatrices de la wilaya de Bejaia

2.1.8 Les gammes de produits KHODJA

La famille de produits « Blady» peut être présentée en quatre catégories, ou instants de consommation :

- Les olives de table Conditionnées en sceaux en fûts, en sachets et en pôts ;
- Les huiles d'olive Conditionnées en bouteilles de 250 à 1000 ml :
 - L'huile d'olive extra vierge avec une acidité inférieure à 0,8 % ;
 - L'huile d'olive vierge avec une acidité entre 0,8% et 2 %.
- Les figes sèches Conditionnées en boîte de 500 à 1000gr ;
- Condiments Câpres, piments, variantes...Conditionnés en sceaux en fûts, en sachets et en pots.

Dans cette section nous, analysons la démarche méthodologique ainsi que la réalisation de cette enquête auprès des PME exportatrices de la wilaya de Bejaia. Enfin dernière point sur recommandation propose par les créateurs d'entreprises pour faire face aux problèmes rencontrés.

Section 02 : Présentation et interprétation des résultats de l'enquête

Cette section sera consacrée à la présentation et l'analyse des résultats de l'enquête menée auprès des PME de la wilaya de Bejaia à savoir SNC KHODJA, Huilerie Ouzellaguen et SNC TAZEJ.

2.1 Résultats d'entretien avec les entreprises en quêtées

2.1.1 Résultats d'entretien avec l'entreprise SNC Khodja

Présentation de l'entreprise	L'entreprise khodja est une SNC du secteur agroalimentaire, créée le 15 octobre, l'effectif de l'entreprise est compris entre 9 à 49 salariés.
L'objectif de l'entreprise	L'objectif de SNC khodja est la production oléicole et de terroir.
La relation de la PME avec son environnement	L'entreprise estime qu'elle a une bonne relation avec son environnement, grâce à son professionnalisme.

Chapitre 04 : La réalité des PME exportatrices de la wilaya de Bejaia

Exportation du l'entreprise	<p>Cette entreprise a réalisé une exportation vers les pays suivants : Canada, France, Italie, Espagne et la Chine. Elle exporté huile d'olive extra vierge vers le Canada et la Chine. L'exportation pour cette entreprise est un moyen de survie et un moyen d'amélioration du chiffre d'affaires. Elle a arrêté ses opérations d'exportation à cause de la concurrence sur les marchés étrangers. SNC khodja envisage d'exporter à nouveau mais tout dépend de la demande étrangère.</p>
La souscription à l'assurance d'export de l'entreprise (CAGEX)	<p>KHODJA n'a jamais bénéficié de l'aide dans sa démarche d'internationalisation par cet organisme d'assurance à cause de ses lourdeurs administratives.</p>
Les politiques d'encouragement à l'internationalisation des PME	<p>L'entreprise estimée que les politiques d'encouragement à l'export existent sur papier seulement et pas sur terrain.</p>
Les motivations justifiant leurs activités à l'international	<p>Les motivations de Khodja qui justifient ses activités à l'international : la recherche des nouveaux marchés et l'accès à des environnements réglementaires plus favorables.</p>
Les obstacles à l'export rencontrés par l'entreprise	<p>Les obstacles rencontrés par entreprise Insuffisance problèmes de financement par les banques algérienne.</p>

Chapitre 04 : La réalité des PME exportatrices de la wilaya de Bejaia

Les solutions proposées par entreprise	L'entreprise Khodja propose comme solution à ces obstacles : l'amélioration de la logistique internationale.
---	--

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des données de l'enquête.

- KHODJA ET CIE est parmi les premières entreprises d'exportation hors hydrocarbures en Algérie elle est Présente sur le Marché français à travers la Marque Jaia ;
- Exportation vers les USA (cette entreprise est identifiée par USFDA par le numéro suivant : NO.10352527114 -PIN NO. A966Eex8) ;
- Plusieurs exportations vers les autres marchés (Croatie, Italie, saint Barthélémy).

➤ **Opération d'exportation effectuée jusqu'en 2015**

Tableau N°16 : Evolution d'exportation jusqu'à 2015

Année	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
exportation	13 MD	7 MD	12 MD	5,5 MD	14 MD	11 MD	5 MD	6,5 MD

Source : Réalisé par nous-mêmes à travers les données de l'entreprise

➤ **Prix et récompenses et salons**

- Salon de fruits et légumes 2007 Alger ;
- Journée mondiale d'oliviers 2006 et 2007-2008-2010-2011 ;
- Foire internationale d'Alger 2007 ;
- Fête de l'olivier de Bejaia 2000-2001-2002-2003-2004-2005-2006-2007-2008-2009-2010-2011-2012-2013 ;
- Bazar international d'Abou Dhabi 2006-2010 ;
- 1 er Salon de l'huile d'olive Med Oliva, Italie 2007 ;
- Synergie fertiles (Agriculture-industrie) FCPE Juin 2008
- Participation au salon Expoliva Espagne juin 2009 ;
- 1 er Salon de l'oléiculture OLEOMED Mars 2009 ;
- Production agricole B.B.A. Aout 2009 ;
- CIBUSTEC 2009 Parme, Italie octobre 2009 ;
- Salon FilahaInove Novembre 2009,2010 ;

Chapitre 04 : La réalité des PME exportatrices de la wilaya de Bejaia

- 1^{er} salon PME/PMI Bejaia Janvier 2010,2011 ;
- Salon mondial de l'agriculture de Meknes (Maroc 2009, 2010).

2.1.2 Résultats d'entretien avec l'entreprise Huilerie Ouzellaguen (filiale IFRI)

Présentation de l'entreprise	L'entreprise Huilerie Ouzellaguen est une SARL, crée 2018, elle est spécialisée dans le secteur agroalimentaire. Elle emploie entre 49 à 250 salariés. C'est une moyenne entreprise.
L'objectif de l'entreprise	L'objectif de SARL Huilerie Ouzellaguen est le développement de leurs produits au niveau national et international (améliorer leur chiffre d'affaires).
La relation de la PME avec son Environnement	L'entreprise SARL Huilerie estime qu'elle a une bonne relation avec son environnement, grâce à la satisfaction des clients.
Exportation de l'entreprise	Cette entreprise a exporté vers les pays suivants : Canada, Europe (France), Chine, Allemagne et l'Afrique du Nord. Leurs produits exportés sont : huile d'olive extra vierge vers le Canada et la Chine et l'Allemagne. L'exportation pour d'Huilerie Ouzellaguen est un moyen de survie et un moyen d'amélioration du chiffre d'affaires, D'ailleurs, elle continue toujours d'exporter.
La souscription l'assurance à l'export	L'entreprise a bénéficié de l'assurance-crédit export

Chapitre 04 : La réalité des PME exportatrices de la wilaya de Bejaia

Les politiques d'encouragement à l'internationalisation des PME	L'entreprise à bénéficie de facilitations bancaires, soit pour une participation aux foires et expositions à l'étranger.
Les motivations justifiant leurs activités à l'international de l'entreprise.	Les motivations d'Huilerie Ouzellaguen qui justifient l'activité à l'international est la recherche des nouveaux marchés et l'amélioration de la compétitivité de l'entreprise.
Les obstacles à l'export rencontrés par l'entreprise	Les obstacles rencontrés par l'entreprise : la logistique ne répond aux normes internationales.
Les solutions proposées par entreprise	L'intervention de l'Etat pour le développements des compagnies logistiques et transport.

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des données de l'enquête.

2.1.3 Résultats d'entretien avec l'entreprise SNC TAZEJ

Présentation de l'entreprise	L'entreprise Tazej est une SNC, créé en février 2005, dans le secteur agroalimentaire, le nombre d'effectif de l'entreprise est entre 49 à 250 salariés elle est « moyenne entreprise ».
L'objectif de l'entreprise	L'objectif de SNC Tazej d'être le leader de fabrication des boissons non alcoolisées dans le bassin de la méditerranée.
La relation de la PME avec son Environnement	L'entreprise SNC Tazej estime qu'elle a une bonne relation avec son environnement.
Exportation de l'entreprise	Cette entreprise a exporté vers les pays suivants : Tunisie, Libye, Jordanie, Iraq,

Chapitre 04 : La réalité des PME exportatrices de la wilaya de Bejaia

	Angleterre et la France. Leurs produits exportés Tazej 1,25 litres la (destination Libye). L'exportation est un moyen de développement et un moyen d'amélioration du chiffre d'affaires. Tazej envisage d'exportés à nouveau.
La souscription à l'assurance d'export	Auprès de CAGEX.
Les politiques d'encouragement à l'internationalisation des PME	L'entreprise a déjà bénéficié d'aide au transport routier et exonération de TVA.
Les motivations justifiant leurs activités à l'international de l'entreprise	Les motivations de SNC Tazej qui justifient leur activité à l'international est la recherche des nouveaux marchés, l'amélioration de la compétitivité de l'entreprise et la répartition des risques.
Les obstacles à l'export rencontrés par l'entreprise	Les obstacles rencontrés par SNC Tazej : la cherté du transport maritime.
Les solutions proposées par l'entreprise	SNC Tazej propose comme solution à ces obstacles : négociation avec d'autres pays pour l'allégement des droites de douanes.

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des données de l'enquête.

2.2 La synthèse des résultats

D'après les réponses de l'entreprise enquêtées, nous déduisons ce qui suit :

- Les PME interrogés n'ont pas pu bénéficier des aides et de soutien de l'Etats. Elles estiment que ces mesures de soutien ne sont pas adoptées à leurs besoins, mais surtout, elles ne sont pas accessibles.
- Les PME enquêtes ont déclaré qu'elles ont rencontré et continuent de rencontrer de nombreux obstacles dans leurs opérations d'exportation. Il s'agit essentiellement des difficultés d'accès au financement, la cherté des cots de transport, la bureaucratie et les

Chapitre 04 : La réalité des PME exportatrices de la wilaya de Bejaia

lourdeurs administratives, le manque de collaboration des organismes de soutien des PME.

- Afin d'augmenter leurs parts sous les marchés étrangères, c'est PME proposent : l'assouplissement des barrières douanières, l'amélioration de la logistique internationale, l'intervention effective de l'Etat et la lutte contre la bureaucratie.
- Il est primordial d'inciter les banques à contribuer au financement de ces entreprises, en assurant une meilleure assistance et en proposant des formules de financement plus adéquates à leurs besoins.

Conclusion

Le présent chapitre a été consacré à la partie pratique de notre étude à travers les deux sections précédentes. Dans un premier lieu, nous avons présenté méthodologie de recherche.

En second lieu, nous avons essayé de présenter notre étude sur le terrain qui a consisté à mener une enquête qualitative par « entretiens » auprès d'un échantillon de 03 PME.

Conclusion Générale

Conclusion générale

Conclusion générale

Au terme de ce travail de recherche, ou nous avons tenté de présenter la réalité de l'activité d'exportation des entreprises algériennes, notamment les PME, nous déduisons que l'internationalisation constitue une décision cruciale et stratégique pour l'entreprise. En effet, l'objectif général de ce travail consistait à comprendre l'internationalisation des entreprises, mais surtout, d'identifier les principales contraintes qui confrontent ces dernières, et de mettre en lumière les facteurs motivant les PME algériennes à conquérir les marchés internationaux.

D'après les résultats de notre enquête, nous avons déduit que les PME exportatrices se servent peu des aides initialement mises à leur disposition. En effet, les résultats auxquels nous sommes parvenus montrent que la grande majorité des exportateurs ne sollicitent pas les programmes de soutien, car plusieurs d'entre eux ont affirmé que le dispositif public est l'objet de bureaucratie et de complexités des procédures, il est donc loin d'être complètement opérationnel.

La taille de l'entreprise peut constituer un facteur clé et un déterminant important dans le processus d'exportations des PME. Dans ce sens, il faut noter que les petites entreprises ont moins de chances de devenir exportatrices par rapport aux grandes entreprises, qui se caractérisent par une gestion plus performante et des moyens humains et financiers plus importants, sans oublier l'expérience qui occupe une place capitale dans la démarche de l'internationalisation de l'entreprise.

De même, il faut souligner que les différents dispositifs de promotion d'exportation mis en place par les pouvoirs publics depuis le début des années 2000, tels que la mise à niveau des entreprises, les facilitations douanières, et les exonérations fiscales n'ont pas eu d'effets concrets sur le terrain.

Une grande partie des PME rencontrent des problèmes financiers et souhaitent bénéficier de mesures simples de financement.

Notons également que la nature des produits exportés n'est pas suffisamment diversifiée, ceci est dû essentiellement à la dépendance des exportations aux produits agricoles et agroalimentaires.

Les PME qui ont réussi à exporter ont essayé d'accéder au marché international pour survivre, dans certains cas, mais aussi parce qu'elles développent des capacités de production inemployées en raison de l'étroitesse du marché national, dans d'autres cas.

Conclusion générale

Cependant, tout travail recense des insuffisances, et vu la petite taille de notre échantillon les résultats obtenus ne peuvent pas être généralisés et considérés comme représentatifs de toutes les entreprises, ils sont, de ce fait propres aux entreprises étudiées.

Nous espérons que ce modeste travail sera bénéfique pour les recherches ultérieures sur le sujet traité et nous aimerions continuer à travailler sur le thème, pourquoi pas sous formes d'autres travaux de recherches à l'instar d'articles ou encore d'une thèse doctorale.

Bibliographie

Bibliographie

I. Ouvrages :

1. Andrew Harrison, Ertugrul Dalkiran et Ena Elsey : Business international et mondialisation : vers une nouvelle Europe. Traduction par Siméon FONGANG. Edition de Boeck, Bruxelles 2004.
2. CORINNE P ; "commerce international" ; 6^e édition ; Paris, 2006.
3. JULIEN et MOREL : « La PME une entreprise humaine », édition de Boeck, Paris, 1998.
4. GRAICHE L : " les formes d'implantation des firmes multinationales en Algérie : Objectifs et stratégies ".
5. MARCHESNAY M. : « La petite entreprise », Vuibert Gestion, Paris, 1988.
6. MAYHOFER. U, « Le Management stratégique », Ed. Bréal, 2007.
7. SELLAMI, A, « Petite et moyenne industrie et développement économique », 1985, Ed. ENL, Alger.
8. WTTEWULGHE R., La PME une entreprise Humaine, De Boeck., Bruxelles, Belgique, 2008.

II. Thèses et mémoires :

1. AMZIANE L ; « le cycle de vie international du produit et les stratégies d'internationalisations des entreprises : analyse du cas de Samsung électroniques » ; mémoire en vue de l'obtention du diplôme de magistère en science économiques ; Université Mouloud-MAMMERI Tizi-Ouzou ; 2014.
2. BOUIRA.N, « Développement et perspectives des PME Algériennes », mémoire de magister en management, université d'Oran, 2014.
3. BOUKROU A : « Essai d'analyse des stratégies de pérennité dans les PME », mémoire de Magister en Science Economiques, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 2011.
4. BOUZROUATA I, «Les PME comme moyen de développement des exportations hors hydrocarbures : Limites et perspective » mémoire de magister en science économiques, université d'Oran, 2009.
5. CLARION GEORGES RAHARINIAINA « les barrières à l'exportation perçues par les pme dans les pays en développement : cas de MADAGASCAR », OCTOBRE 2012, université de Québec.

Bibliographie

6. DJOUDANE, Z. KACI, R « les stratégies de l'internationalisation des entreprises algériennes », mémoire de master, université de Bejaia, 2017.
7. ELOUEDJ BOUKRALED BLOUFA « l'internationalisation des entreprises algériennes », mémoire de magister de l'université d'Oran 2, 2014.
8. HAMOUCHE.F : « La contribution de la PME à la création d'emploi », mémoire de Master en Sciences.
9. KHAYAT.I « l'internationalisation des PME : vers une approche intégrative », 7ème congrès international francophone en entrepreneuriat et PME, 2004 Montpellier.
10. LAMIRI A., Crise de l'économie algérienne, Les presses d'Alger, Alger, 1999.
11. MOEZ A, " les sources de financement des PME et la mise en place du marché alternatif Tunisien", memoir online, maitrise en science comptables, IHEC Carthage, 2007.
12. NGUYEN THI KIM HANH, « décision et performance à l'exportation ; une étude empirique des entreprises manufacturières des chaussures vietnamiennes », octobre 2006, Université du Québec à Montréal.
13. OKACI née LACEB D, "mise à niveau et problématique de compétitivité dans la démarche stratégique de l'entreprise industrielle algérienne face à l'économie de marché", thèse de doctorat, université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, 2014.
14. SEKKAL.H « Forces et faiblesses de la PME privée Algérienne », mémoire de Magistère, université d'Oran, 2010.

III. Articles de revues :

1. Article N° (05 et 06, 07), JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 77, le 15/12/2001.
2. Article 13 du code des taxes sur le chiffre d'affaires, 2017.
3. Article 42-2 du code des taxes sur le chiffre d'affaires, 2017.
4. Article 125 de la loi N° 79-07 du 21 juillet 1979, modifiée et complétée, portant code des douanes.
5. Article 174 de la loi N° 79-07 du 21 juillet 1979, modifiée et complétée, portant code des douanes.
6. Article 186 de la loi N° 79-07 du 21 juillet 1979, modifiée et complétée, portant code des douanes.
7. Article 193 de la loi N° 79-07 du 21 juillet 1979, modifiée et complétée, portant code des douanes.

Bibliographie

8. Article de la revue [Revue internationale P.M.E.](#) Volume 33, numéro 1, 2020.
9. COLOVIC Ana et MAYRHOFER Ulrike, « Les stratégies de localisation des firmes multinationales », in Revue française de gestion, n° 184/2008.
10. Economiques, option Economie Appliquée et Ingénierie Financière, Université de Bejaia, 2012/2013.
11. Les formes d'implantation.
12. Journal officiel de la République algérienne N°2 du 11 janvier 2017.
13. JULIEN P., « Vers une typologie multicritère des PME », revue internationale PME, 1990, vol 3, n°3-4.
14. JULETIN DE VIELLE : « Mise à niveau PME création d'entreprise ».2012.
15. MOUMOU O « les déterminants et les obstacles des PME familiales algériennes » revue algérienne de prospective et d'études stratégiques, Volume 1 Numéro 1 Janv. - Mars 2016 p76.
16. NATHALIE D, ISABLE D, « économie de l'entreprise la stratégie des PME », 2005.
17. PME magazine : comprendre la franchise.
18. RADOUAN A, « Exportation dans les PME algériennes : Quelques réalités, illustration à partir de la région de Bejaia ».
19. SI LEKHAL K., Y. KORICHI, et A. GABOUSSA, Les PME en Algérie : Etat des lieux, contraintes et perspective, Revue des Performance des Entreprises Algériennes, 2013, n° 04, 2013.

IV. Rapports :

1. BILLON.J, Ministre du commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME, « Rôle des PME dans l'économie », Hotel Tiama, République de Côte d'Ivoire, 2013.
2. BUREAU INTERNATIONAL DU TRAVAIL, les petites et moyennes Entreprises et la création d'emploi décents et productifs, Genève, Suisse, Bureau international du travail, coll. « 104eme session », 2015.
3. Cadre de politique commerciale : Algérie-politiques commerciales et diversification, conférence des nations unies sur le commerce et le développement CNUCED, 2017.
4. CDVM, « le financement des PME au Maroc », conseil déontologique des valeurs mobilières, Mai 2011.
5. Direction des ressources humaines.
6. Document interne de l'entreprise

Bibliographie

7. GHARBLS, « les PME en Algérie : état des lieux » cahiers du laboratoire de Recherche sur l'industrie et l'innovation, Université du Littoral, cote d'Opse, Documents de travail N° 238, Mars 2011.
8. Ministre du commerce Algérie, Direction de la promotion des exportations, février 2008.
9. Ministère du Commerce, texte réglementaires régissant les fonds spéciaux pour la promotion des exportations Direction de la promotion des exportations.
10. OCDE, « Promouvoir les PME pour œuvrer au développement, revue de l'OCDE sur le développement, 2004, n°5.
11. Rapport des actes Assises nationales de la PME du ministère de la PME et de l'artisanat (janvier 2004).
12. Rapport : Pour une politique de développement de la PME en Algérie.

V. La loi :

Loi n° 90/31 du 24/12/1990

VI. Sites internet :

1. [http:// ec.europa.eu/eurostat/fr/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme](http://ec.europa.eu/eurostat/fr/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme).
2. <https://id.erudit.org/iderudit/1069282ar> adresse copiée une erreur s'est produit
3. <http://oaji.net/articles/2014/4401391545978.pdf>.
4. <http://patrick.monassier.free.fr>
5. <http://slideplayer.fr/slide/9695237/>.
6. https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=RFG_184_0151&download=1
7. <https://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2009-2-page-52.htm>
8. <https://www.cairn.info/revue-marche-et-organisation-2017-1-p-175.htm>.
9. <http://www.dip3.ca/category/pme/>.
10. http://www.eco-entreprises.fr/eco_entreprises_fr
11. <https://www.leblogdudirigeant.com/cycle-de-vie-produit/>.
12. <https://www.leblogdudirigeant.com/la-strategie-internationalisation/>
13. <http://www.mincommerce.gov.dz/fichiers08/franchs.pdf>.
14. <http://www.oeconomia.net/Privat/cours/économie entreprise/thème/strategiepme.pdf>.

Bibliographie

15. www.algex.dz/index.php/fr/decouvrir-algerie.export/a propos-d'Algex.
16. Www. Anexal. Com.
17. www.caci.dz.
18. www.cagex.dz
19. www.min commerce. Gov.dz.
20. Www. Safex. Com.

Annexes

Université Abderrahmane Mira de Bejaia
Faculté des sciences Economique, de gestion et du Commerce
Département des Sciences commerciale

Guide d'entretien

Dans le cadre de la préparation d'un mémoire de Master en Science commerciale, option Finance et Commerce International, sous le thème « Les PME exportatrices en Algérie : Quel rôle jouent-elles dans la diversification de l'économie nationale ? Cas des PME de la willaya de Bejaia », nous procédons à la réalisation d'une enquête auprès d'un échantillon d'entreprises.

Nous vous remercions d'avantage pour votre participation et nous vous confirmons l'anonymat de vos réponses.

Merci

Guide d'entretien

1. Présentation de l'entreprise

- Date de création de l'entreprise :....
- Nature juridique :

SARL EUR SNC SPA

- Secteur d'activité :
- Effectif de l'entreprise :

De 1 à 9 salariés de 9 à 49 salariés de 49 à 250

2. L'objectif de l'entreprise

- Quel est l'objectif de votre entreprise ?

3. Comment vous estimez la relation de la PME avec son environnement ?

- Bonne
- Moyenne
- Mauvaise

Pourquoi ...?

4. Avez-vous déjà envisagé eu entrepris un processus d'exportation ?

- Non

Pourquoi...?

- Oui

Vers quel pays ? Expliquez le processus ?

5. Le produit exporté pour la première fois ? Vers quels pays ?

6. L'exportation pour vous est :

- Un moyen de survie
- Un moyen de développement
- Un moyen d'amélioration du chiffre d'affaire

Autres.... Précisez.

Annexes

7. A quel stade s'est arrêté votre processus d'exportation ? Si le cas ? pourquoi ?

8. Est-ce que vous envisagez d'exporter à nouveau ?

➤ Oui

➤ Non Pourquoi ?

9. A vous-vous bénéficiez de l'aide dans votre démarche d'internationalisation par les organismes suivants ?

• CAGEX

• ALGEX

• CACI

• FSPE

• SAFEX

Autre ...? Précisez ?

Aucune ...? Pourquoi ?

10. Certains d'entre eux ont-ils une influence sur votre stratégie d'exportation ?

11. Existe-t-il, en Algérie, selon vous, des politiques d'encouragement à l'internationalisation des PME ?

• Oui

• Non

Si oui quelles sont ces politiques ?

12. Quels sont les motivations justifiant vos activités à l'international ? (si oui)

➤ La recherche des nouveaux marchés

➤ La répartition des risques entre plusieurs favorables

➤ L'accès des environnements réglementaires plus favorables

➤ L'amélioration de la compétitivité de l'entreprise

Autres ...? Précisez.

13. Quels sont les obstacles à l'export que vous avez rencontré ?

14. Qu'est-ce que vous proposez comme solution à ses obstacles ?

Table de matière

Table de matières

Table des matières

Introduction générale	1
Chapitre 01 : Cadre conceptuel des PME et l'internationalisation	
Introduction	5
Section 01 : Cadre conceptuel de la PME	5
1-1 Définition des PME	5
1.2 Les approches de la PME	6
1.2.1 L'approche qualitative	6
1.2.2 L'approche quantitative	7
1.3 Définition de PME selon les différents pays	7
1.3.1 L'union Européenne	7
1.3.2 Etats-Unis	8
1.3.3 Au canada	8
1.3.4 En Algérie	8
2. Les caractéristiques des PME	9
3. Classification de PME	10
3.1 Classification par secteur économique	10
3.2 Classification par taille	11
4. Les forces et faiblesses de PME	11
4.1 Les forces de la PME	11
4.2 Les faiblesses de la PME	12
5. Le rôle des PME dans l'économie	12
Section 02 : Les théories et les modalités d'internationalisation des entreprises	14
2.1 Définition de l'internationalisation des PME	14
2.2 Les théorie de l'internationalisation des PME	14
2.2.1 La théorie béhavioriste	14
2.2.2 La théorie de cycle de vie d'un produit	16
2.2.3 La théorie de réseau	18
2.2.4 La théorie des ressources	18
2.2.5 La théorie électrique (Paradigme OLI)	18
2.3 Les modalités de l'internationalisation des PME	20
2.3.1 L'exportation	20
2.3.1.1 Définition d'exportation	20
2.3.2 Le mode d'internationalisation par système contractuel (d'accord)	22
2.3.3 Les investissements directs à l'étranger	24

Table de matières

Section 03 : L'internationalisation sur les PME	27
3.1 Définition de l'internationalisation de l'entreprise	27
3.2 Les facteurs de l'internationalisation	27
3.2.1 Les facteurs stratégiques	28
3.2.2 Les facteurs liés aux marchés	28
3.2.3 Les facteurs d'environnement	29
3.2.4 Les facteurs industriels	30
3.2.5 Les facteurs d'opportunité	30
3.3 Les avantages et les inconvénients de l'internationalisation de l'entreprise	31
3.3.1 Les avantages de l'internationalisation de l'entreprise	31
3.3.2 Les inconvénients de l'internationalisation de l'entreprise	31
3-4- Les motivations et les obstacles de l'internationalisation	32
Conclusion	32
Chapitre 02 : Les PME en Algérie : Caractéristiques et évolution	
Introduction	35
Section 01 : Etat des lieux des PME en Algérie	35
1.2 Quelques repères historiques	37
1.3 Les caractéristiques des PME Algériennes	41
Section 02 : Evolution et répartition des PME en Algérie	42
2.1 Evolution de PME en Algérie	42
2-1-1 Situation globale des PME en Algérie	42
2.1.2 Evolution de l'emploi par type de PME	43
2.1.3 Evolution des PME par région	44
2.2 Répartition des PME Algériennes privés et publiques par le secteur d'activités	46
2-3 Les contraintes	48
2.3.1 Les contraintes de développement des PME en Algérie	48
2-3-1-2 Les contraintes administratives	50
2.3.2 Les contraintes découlant des activités informelles dites souterraines	51
2.3.3 Les contraintes financières	51
2.3.4 Les contraintes relatives au marché de travail	52
Section 03 : Contribution de la PME au développement du pays	52
3.1 Contribution de la PME à la création de l'emploi	52
3.2 Contribution des PME à la création de la valeur ajoutée	54
3.3 Contribution des PME à la distribution des revenus et à la relance de l'économie	56
3.3.1 Contribution à la distribution des revenus	56
3.3.2 Contribution à la relance de l'économie	57

Table de matières

Conclusion.....	57
Chapitre 03 : Les PME face au défi des exportations en Algérie	
Introduction	59
Section 01 : Le cadre général des exportations en Algérie	59
1-1 Etat des lieux des PME exportatrices algériennes	59
1-1-1 Les catégories de PME à l'égard de l'exportation	59
1-1-2 Une concentration sectorielle des PME exportatrices	60
1-1-3 Une faible diversification de la gamme de produits exportés	61
1.2 Évolution chiffrée des exportations Algériennes.....	61
1.2.1 Évolution des exportations d'Algérie de 2010 à 2020	61
1.2.1.1 La prédominance des hydrocarbures dans les exportations algériennes	61
1.2.3 Évolution des exportations par groupe d'utilisation	64
1.2.4 Les principaux partenaires commerciaux de l'Algérie	65
Section 02 : Les outils de promotion des exportations en Algérie	66
2-1 Les organisations institutionnelles	66
2.1.1 L'agence National de promotion du commerce Extérieure (ALGEX)	66
2.1.2 La compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX).....	67
2.1.3 Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE)	67
2.1.4 La société Algérienne des Foires et Expositions (SAFEX)	68
2.1.5 L'Association Nationale des exportateurs Algériens (ANEXAL).....	68
2.1.6 La chambre Algérienne de commerce et d'industrie (CACI)	69
2.1.7 Le couloir vert.....	69
2-1 Les exonérations fiscales.....	70
2.2.1 Exonération en matière d'impôts directs	70
2.2.2 Exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires	70
3-1 Les régimes douaniers suspensifs à l'exportation	71
2.1.1 Le transit douanier.....	71
2.1.2 L'entrepôt des douanes	71
2.1.3 Admission temporaire	71
2.1.4 Réapprovisionnement en franchise	71
2.3.5 Exportation temporaire :	72
Conclusion.....	72
Chapitre 04 : La réalité des PME exportatrices de la wilaya de Bejaia	
Introduction	74
Section 01 : Présentation de la méthodologie de recherche et du lieu de stage	74

Table de matières

1-1 Objectif de la recherche	74
1.2 Déroutement de l'enquête	74
1-3 Présentation de l'outil de collecte de données : le guide d'entretien	75
1.3.1 Définition d'un entretien	75
1.3.2 Les objectifs de l'entretien	75
1.3.3 Les types d'entretien	76
2.1 Présentation de l'organisme d'accueil SNC KHODJA	77
2.1.1 Présentation de SNC KHODJA et CIE	77
2.1.2 Historique de SNC KHODJA ET CIE	77
2.1.3 Situation géographique de société	79
2.1.4 Activités de l'Entreprise SNC KHODJA et CIE	79
2.1.5 L'organigramme de l'entreprise SNC KHODJA et CIE	80
2.1.6 Les différents bureaux	81
2.1.7 Statut juridique de la société	81
2.1.8 Les gammes de produits KHODJA	82
Section 02 : Présentation et interprétation des résultats de l'enquête	82
2.1 Résultats d'entretien avec les entreprises en quêtées	82
2.1.1 Résultats d'entretien avec l'entreprise SNC Khodja	82
2.1.2 Résultats d'entretien avec l'entreprise Huilerie Ouzellaguen (filiale IFRI)	85
2.1.3 Résultats d'entretien avec l'entreprise SNC TAZEJ	86
2.2 La synthèse des résultats	87
Conclusion	88
Conclusion générale	90

Résumé

L'exportation est la forme d'internationalisation la plus pratiquée par les entreprises, elle joue un rôle capital dans la diversification des économies des pays.

L'objectif de notre travail consiste à apporter des éclaircissements sur la problématique relative au rôle des PME dans la diversification de l'économie algérienne, tout en démontrant les défis auxquels ces entreprises sont confrontées.

Afin d'apporter des réponses à nos interrogations, nous avons réalisé un stage pratique au niveau de l'entreprise SNC Kodja. De même, nous avons mené une enquête auprès de 02 PME de la wilaya de Bejaia.

Mots clés :

Internationalisation, Exportation, PME, Bejaia.

Abstract

The export is the form of internationalization the most practiced by the companies, it plays a capital role in the diversification of the economies of the countries.

The objective of our work is to clarify the issue of the role of SMEs in the diversification of the Algerian economy, while demonstrating the challenges faced by these companies.

In order to provide answers to our questions, we have carried out a practical training at the level of the company SNC Kodja. Similarly, we conducted a survey of 02 SMEs in the wilaya of Bejaia.

Keywords :

Internationalisation, Exportation, SME, Bejaia.