

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.

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

**Département des Sciences Commerciales
Mémoire de fin de Cycle
Pour l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales**

Option : Finance et Commerce International

Thème

**Essai d'analyse sur la Diversification des exportations en Algérie enjeux et
réalités**

Cas : Secteur Agroalimentaire de la wilaya de Béjaïa

Réalisé par :

Encadreur : M^{elle} BOULAHOUAT.M

- 1- BENSEGHIR Radia
- 2- BOUABIDA Lamia

Membre du jury :

Président : Mr MAHOUI.k

Examinatrice : M^{elle} ALILAT. A

Rapporteur : M^{elle} BOULAHOUAT.M

Promotion 2016/2017

Remerciements

Nous tenons à remercier avant tout dieu tous puissants de nous avoir donné la force et la santé pour réaliser ce modeste travail.

Nous tenons à remercier notre encadreur Mlle BOULEHOUATE, pour son aide, ses orientations, ses critiques, ses conseils, et sa bienveillance tout au long de la réalisation de notre travail.

Nous remercions l'ensemble des enseignants du département sciences commerciales, pour leurs efforts fournis durant tous notre parcours universitaire.

Nous tenons à remercier tous les membres de jury qui ont accepté d'évaluer et de juger le présent travail.

Nous remercions également le directeur du service de la formation et des stages au sein d'ALGEX Mr CHETIH Mohamed pour ses conseils et ses explications, ainsi que le directeur de la maison de l'exportateur Mr AIT ALHADI Aissa, et le responsable du service archives et documentation Mr HOR Réda.

Et enfin nous remercions tous les responsables des organismes d'aide à l'exportation ainsi que les responsables des entreprises exportatrices de la wilaya de Bejaia pour d'avoir accepté de répondre à nos questions.

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à mes chers parents **Boualem et Karima** qui m'ont toujours soutenu durant mes études.

Je dédie ce travail à mon mari **Sofiane** et ma fille *Lyna*.

Je dédie ce travail à ma sœur **Meriem** et mon frère **Amine** qui ont toujours étaient présents pour m'encourager.

Je dédie ce travail à ma binôme **Wissem**.

Je dédie ce travail à tous mes amis et à toute ma famille.

Lamia

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à mes chers parents qui m'ont toujours soutenu dans mes études ;

Je dédie ce travail à mes frères **Fayçal, Hichem et Anis** et à mes sœurs **Souhila et Nabila** qui ont toujours étaient présents pour m'encourager ;

Je dédie ce travail à mon très cher ami **Simoo** ;

Je dédie ce travail à ma binôme **Lamia** ;

Je dédie ce travail à tous mes amis et à toute ma famille, **BENSEGHIR et TOUATI**.

Wissem

Sommaire

Sommaire

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Introduction générale1

Chapitre I : cadre théorique de la diversification économique et présentation de quelques expériences

Introduction4

Section 1 : le concept de la diversification4

Section 2 : présentation de quelques expériences de diversification.....20

Conclusion28

Chapitre II : le commerce extérieur en Algérie : Evolution et politique de diversification

Introduction29

Section 1 : le commerce extérieur en Algérie : principales réformes.....29

Section 2 : la politique de diversification des exportations en Algérie45

Conclusion58

Chapitre III : la contribution des organismes de soutien à l'export dans l'accompagnement des entreprises algériennes : cas du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaïa

Introduction59

Section 1 : Méthodologie de travail et déroulement de l'enquête.....59

Section 2 : Analyse et interprétations des entretiens.....62

Conclusion79

Conclusion générale81

Bibliographie

Liste des annexes

Tables des matières

Liste des abréviations

AGE : Autorisations Globales d'Exportation

ALGEX : Agence National de Promotion du Commerce Extérieur

APEC : Association pour l'Emploi des Cadres

ASEAN : Association des Nations de l'Asie du Sud-Est

BCA : Banque Centrale d'Algérie

BKPM : Conseil de Coordination des Investissements

BOIMEX : Groupement Professionnel du Bois

CACQE : le Centre Algérien de Contrôle de Qualité et de l'Emballage

CE : Commerce Extérieure

CEE : Communauté Economique Européenne

DA : Dinars Algérien

DNI : Director of National Intelligence

EDPME : Euro Développement des Petites Moyennes Entreprises

EPIC : Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial

FNRDA : Fond National de Régulation et de Développement Agricole

FMI : Fond Monétaire International

FSPE : Fond Spéciale pour la Promotion des Exportations

GADIT : Groupement Professionnel d'Achat des Industries Textiles

GATT : Accord Général sur les Tarifs Douaniers et le Commerce.

GAZEL : Grande Zone Arabe de Libre Echange

GICP : Groupement Professionnel des Peaux et Cuirs

GITEMAC : Groupement Professionnel des Textiles

GPA : Groupement Professionnel d'Achat

WHH : Hors Hydrocarbure

IAA : Industrie Agroalimentaire en Algérie

IANOR : Institut Algérienne de Normalisation

INAPI : Institut Algérienne de Normalisation et de Propriété Industrielle

NAED : North African Entreprise Développement

ONACO : l'Office National de Commercialisation

ONAFEX : Office National des Foires et Exportation

OMC : Organisation Mondial de Commerce

OTC : Obstacles Techniques au Commerce

PET : Polyéthylène téréphtalate

PGE : Programme Général d'Exportation

PME : Petite Moyenne Entreprise

PMI : Petite Moyenne Industrielle

PROMEX : Office de Promotion des Exportations

SAFEX : Société Algérienne des Foires et Exportation

SFI : Société Financière Internationale

SGP : Système Généralisé de Préférence Commerciales

SNTA : Société Nationale des Tabacs et Allumettes

SPA : Société Par Action

UMA : Union de Maghreb Arabe

USD : United States Dollar

WTC : World Trade Center

Liste des tableaux

Tableau N°1 : évolution du commerce extérieur de l'Algérie 1963-1973

Tableau N°2 : évolution du commerce extérieur de l'Algérie 1974-1984

Tableau N°3 : évolution du commerce extérieur de l'Algérie 1985-1994

Tableau N°4 : évolution du commerce extérieur de l'Algérie 1995-2002

Tableau N°5 : évolution des échanges commerciaux de l'Algérie

Tableau N°6 : évolution des exportations hors hydrocarbures 1986-1995

Tableau N°7 : évolution des exportations hors hydrocarbures 1996-2006

Tableau N°8 : évolution des exportations hors hydrocarbures 2007-2016

Tableau N°9 : les exportations hors hydrocarbures par groupe d'utilisation 2016

Tableau N°10 : tableau comparatif du nombre d'entreprises ayant sollicité l'aide d'ALGEX et de la CAGEX ainsi que les critères de sélection.

Tableau N°11: tableau représentatif de type de production des entreprises interviewées

Tableau N° 12 : la relation entre entreprises exportatrices et les organismes d'aide à l'exportation.

Introduction générale

Introduction générale

Introduction

Le commerce international est devenu une variable importante dans le monde économique et contemporain, il reflète la complémentarité des producteurs et des consommateurs des différents pays. Il s'agit quelquefois d'une question de survie. En effet, des ressources nécessaires à l'économie de certains pays, des biens indispensables parfois pour une stabilité sociale, mais non disponibles sur place, doivent être importés en provenance d'autres pays.

Avant le XIX^{ème} siècle, les échanges entre les nations étaient expliqués par deux grands motifs. Le premier est celui de l'indispensabilité des biens : un pays importe ce qu'il ne peut produire pour diverses raisons d'ordre climatique (climatiques géographiques, niveau technologique faible ou bien en l'absence de certains minéraux sur le territoire national...etc). Le second est celui de la recherche de débouchés pour les productions nationales.

L'exportation est une activité économique et commerciale très importante, car elle est devenue une exigence incontournable du monde. Par ailleurs, les exportations permettent de stimuler une économie en valorisant le travail d'un pays auprès des autres, et en assurant la pérennité de ses entreprises, qui, dans le cadre de la mondialisation, leurs positions sur le marché mondial sont fortement liées (exportations=entrée de devises).

De nos jours, les échanges internationaux deviennent une nécessité vitale, d'où l'activité d'exportation représente l'un des piliers du développement économique. Elle est devenue une exigence fatale suite à l'évolution rapide et multiforme du commerce mondial, découlant de la mondialisation. L'échange international est alors nécessaire, car les pays ne peuvent produire l'ensemble des biens et des services dont ils ont besoin.

L'économie algérienne a connue de profondes mutations, de l'indépendance à la phase actuelle. Dès son indépendance les hydrocarbures constituent l'essentiel des exportations. La crise de 1986 a montré la nécessité de s'appuyer sur les ressources externes, autres que celles des exportations du pétrole et du gaz.

Cette forte dépendance de l'économie algérienne à l'égard d'une seule famille de produits non renouvelables représente un handicap sérieux, qui influence les ressources du pays tributaire suite aux fluctuations des prix des hydrocarbures, et le fait d'être mono-exportateur isole l'économie nationale du reste du monde, dans le domaine de la compétitivité.

Introduction générale

Dès le début des années 1990, les pouvoirs publics ont engagé des réformes visant la libéralisation du commerce extérieur et la diversification des produits destinés à l'exportation. Des dispositifs d'aide et de soutien aux exportations hors hydrocarbures ont été, à cet effet, adoptés.

Dans le cadre de notre travail, nous tenterons d'apporter des réponses à la problématique suivante :

Malgré les efforts en matière de promotion des exportations HH, pourquoi les entreprises algériennes n'arrivent toujours pas à se tailler une place sur les marchés internationaux, quelle est la réalité des exportations HH en Algérie ?

De cette question centrale découlent les questions secondaires suivantes :

1. Quelles sont les politiques adoptées par l'Etat algérien afin de diversifier les exportations ?
2. Les instruments d'accompagnement des entreprises exportatrices sont-ils adaptés aux besoins et aux attentes des entreprises algériennes?
3. Comment les organismes se font ils connaître par les entreprises ?
4. Quels sont les obstacles qui entravent les entreprises algériennes dans leurs opérations d'exportation ?

Notre travail s'appuie sur les hypothèses suivantes :

1. la faiblesse des exportations HH en Algérie est due à l'incompatibilité des besoins des entreprises exportatrices et les services fournis par les organismes de promotion des exportations ;
2. les entreprises algériennes n'arrivent pas se tailler une place sur les marchés internationaux suite aux lourdeurs administratives.

Pour vérifier ces hypothèses nous avons adopté la méthodologie suivante :

- Une recherche bibliographique, au niveau des bibliothèques de l'université de Bejaia, de l'université d'Oran, ainsi qu'une recherche documentaire auprès de la bibliothèque d'ALGEX (Agence Nationale de promotion du commerce extérieur) ;
- La consultation de certains ouvrages et documents sur Internet ;
- La collecte d'informations auprès de la chambre du commerce de la wilaya de Bejaia ;

Introduction générale

- Contact avec quelques entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia, ainsi que quelques organismes d'aide à l'exportation situés à Alger ;
- La visite des foires des produits algériens au niveau de la wilaya de Bejaia (entretiens avec quelques représentants d'entreprises).

Notre choix bibliographique sur les différents ouvrages et références ainsi que universités, revient à la disponibilité des informations relatives à notre thème de recherche.

Le but de nos entretiens réalisés avec les organismes et les entreprises est d'évaluer l'efficacité de la politique de soutien des exportations mis en place par l'Etat algérien. Il s'agit :

- Evaluer le rôle des organismes, à travers les réponses obtenues des entretiens que nous avons effectué avec ces derniers.
- Evaluer le rôle des organismes d'aide à l'exportation à travers les réponses des représentants des entreprises exportatrices.

Notre travail s'articulera autour de trois chapitres : le premier traitera les fondements théoriques de la diversification économique, tout en présentant quelques exemples de pays ayant réussi leurs stratégies de diversification. Le deuxième sera consacré au commerce extérieur algérien, son évolution, ainsi que la structure des exportations en Algérie, dans ce même chapitre nous étudierons les politiques de la promotion d'exportation hors hydrocarbure en Algérie. Enfin, le dernier chapitre correspondra à une enquête de terrain réalisée auprès :

- De quelques entreprises exportatrices de la wilaya de Bejaïa ;
- De quelques organismes d'accompagnement des entreprises à l'international (Alger).

Chapitre I

Introduction

Certains pays, notamment ceux en développement, dépendent trop d'un seul produit, agricole ou autre, et souffrent par conséquent des fluctuations des récoltes, des variations des prix, des changements dans l'utilisation des matières premières, ainsi que l'apparition des produits de substitution, ce qui pourrait être fatal à la base économique de ce pays.

La diversification est apparue au début du siècle dernier (à partir de 1910), dans le but de sortir les économies des pays de situation de crise, causée principalement par la dépendance d'une économie à un seul secteur d'activité. Cette dernière est apparue en 1930, elle est devenue un enjeu important pour les politiques régionales et les politiques commerciales et industrielles nationales ; elle est également un thème central dans les discussions sur les politiques de développement des économies.

L'objectif principal de ce chapitre est d'essayer d'expliquer le concept de la diversification économique. Nous avons divisé notre travail en deux sections, dans la première nous allons définir la diversification dans ses deux dimensions microéconomique et macroéconomique, parler de sa genèse, les voies et les types de diversification, les fondements et les moyens, ainsi que les raisons qui poussent une entreprise ou un pays à se diversifier et les risques liés à la diversification. Dans la deuxième section nous traiterons les enjeux et réalités de la diversification, en citant quelques exemples des pays qui ont réussi leurs stratégies de diversification.

Section 1: Le concept de la diversification

Dans cette section nous allons définir la diversification dans ses deux dimensions macro et micro économique, nous exposerons ainsi les principales caractéristiques de cette démarche, tout en traitant les principaux risques associés à la diversification.

1-1 Définition de la diversification économique

La diversification vient du mot diversus en latin, synonyme du mot varier, est l'action de diversifier, c'est-à-dire de faire prendre à quelque chose des caractères ou des aspects divers, ainsi que le résultat de cette action.¹

¹ [Http://www.toupie.org/Dictionnaire/Diversification.htm](http://www.toupie.org/Dictionnaire/Diversification.htm), (consulté le 25/04/2017 à 19h51).

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

La stratégie de diversification repose sur le fait de développer ou d'acquérir de nouvelles activités, ou de les étendre sur de nouvelles zones géographiques. Elle désigne l'élaboration de produits innovants sur des marchés nouveaux.²

En économie, elle est une notion complexe et polysémique, et selon plusieurs auteurs et acceptations (Rosentein-Rodan 1943 ; Penrose, 1959 ; Marris, 1964 ; Leontief, 1986 ; Clemenson, 1992 ; Berezin, 2002, etc ...) la diversification économique touche les deux dimensions macroéconomique et microéconomique³.

1-1-1 Sur le plan microéconomique

Est une stratégie de développement mise œuvre par des entreprises qui souhaitent prendre position sur de nouveaux marchés, pour à la fois développer leur chiffre d'affaires, mais aussi, pour diminuer le risque de volatilité de leurs résultats associés à des activités concentrées. La diversification économique est souvent difficile à réussir, dans la mesure où elle implique de gérer de nouveaux produits, de nouveaux clients des marchés différents⁴.

Plusieurs auteurs ont la définit tel que :

- Igor Ansoff (1957,1965) est la définit comme l'entrée d'entreprises sur de nouveaux marchés avec de nouveaux produits simultanément.
- Allen et Hamilton (1982) définissent la diversification économique comme une stratégie consistant à investir dans de nouveaux produits ou services, dans une nouvelle clientèle cible ou un nouveau marché dans une nouvelle zone géographique (internationalisation).
- Pour leurs parts, Ramanujan et Varadarajan ont la définissent comme l'occupation d'une entreprise dans de nouvelles lignes d'activité, grâce à un processus de développement interne d'affaire ou grâce à des fusions et des acquisitions, ce qui entraîne des changements dans la structure productive et la gestion de l'entreprise.
- Et parmi les définitions les plus récentes Detrie (2005), la diversification du portefeuille produits/services est la mise en œuvre de nouvelle compétences, l'utilisation des nouvelles technologies et l'innovation pour la création des nouveaux

² <http://diversification.insa-rennes.fr>, (consulté le 05 /06/2017 à 23h08).

³ PATERNE NDJAMBOU: «Diversification économique territoriale : enjeux, déterminants, stratégies, modalités, conditions et perspectives », thèse de doctorat, université du Québec à CHICOUIMI, octobre 2013, p 80.

⁴ www.Mataf.net (consulté le 25/04/2017 à 19h50).

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

produits qui doivent présenter une synergie forte et maximale qui permettra à l'entreprise d'accroître l'expérience globale sur chacun des nouveaux domaines d'activités et aussi d'accroître son potentiel de ventes⁵.

- Kotler et Dubois (2006) définissent la diversification économique comme une stratégie de développement à travers laquelle une entreprise élargit ses possibilités d'offre afin de se protéger contre les variations de conjoncture économique et les goûts des consommateurs.

En somme, du point de vue microéconomique la diversification désigne la stratégie de développement qui permet d'acquérir de nouveaux marchés, dans le but de développer son chiffre d'affaires, mais aussi de réduire les risques de volatilité des résultats, Il faut noter qu'une diversification économique réussit difficilement, parce qu'elle implique aussi bien la gestion de nouveaux clients et de nouveaux produits, que celle de marchés variés.

1-1-2 Sur le plan macroéconomique

Une économie est dite diversifiée si sa structure productive est dispersée en un grand nombre d'activités différentes les unes des autres par la nature des biens et services produits.⁶ La diversification sur le plan macroéconomique concerne le développement territoriale sous formes de collectivité locale, d'une ville, d'une municipalité, d'une province, d'un pays, d'une communauté /union économique et un continent.

Certains auteurs définissent la diversification économique sur le plan macroéconomique ainsi :

- Pour Clemenson (1992), la diversification économique est un accroissement du nombre d'emplois dans une collectivité grâce à l'arrivée d'un nouveau secteur d'activité ou à l'expansion d'un secteur existant qui n'est pas le seul secteur ou le secteur dominant de la localité.
- Selon Schuh et Barghouti (1988), Barghouti et coll. (1990), Petit et Barghouti (1992), la diversification économique est le fait de transformer structurellement une économie qui fait partie d'un tissu économique dominé par les secteurs d'activités primaires (ressources naturelles, agriculture, etc.) vers les secteurs secondaires (industrie de

⁵ PATERNE NJAMBOU, op.cit, p 80.

⁶ Revue d'économie <https://www.cairn.info/revue-d-economie-politique-2005-5-page-591.htm> politique, (consulté le 02/03/ 2017 à 22h30).

transformation, manufactures, etc.) et tertiaires (commerce, tourisme, etc.). Cependant ce processus ne signifie pas la disparition des secteurs primaires, mais il se caractérise seulement par la réduction de l'importance relative de leur contribution dans la création de richesse de l'économie concernée

- Et kamgna (2010), la diversification économique permet à une économie de ne pas être excessivement dépendante des secteurs économiques fondés sur l'exploitation et l'exportation des ressources naturelles⁷.

En somme, nous pouvons définir la diversification macro économiquement comme le processus de diversification du tissu économique d'un territoire, d'une ville, d'une municipalité, d'une province, d'un pays, d'une communauté /union économique, et d'un continent grâce à la création de nouvelles branches d'activités ou l'expansion des branches déjà existantes dans une perspective durable.

1-2 Genèse de la diversification économique

L'analyse historique de la diversification économique décrit une évolution faisant apparaître différentes phases, ce qui nous conduit d'abord à suivre sa trajectoire au niveau microéconomique avant de la voir au niveau macroéconomique.

1-2-1 Sur le plan microéconomique

L'analyse historique de la diversification des entreprises décrit une évolution faisant apparaître différentes phases de tendance stratégique. De 1910 à 1950 les grandes entreprises choisissaient des stratégies de spécialisation en cherchant à capitaliser leur activité de base puis elles optent pour des stratégies d'intégration verticale, afin de développer leur profitabilité. La seconde phase, de 1950 à 1980, les grandes entreprises ont favorisé des stratégies de diversification pour se développer, la grande taille devient un idéal Managérial (Big is beautiful).

Durant les trente glorieuses les opportunités liées au développement rapide des marchés constituaient une véritable chance pour les entreprises. La crise économique a remis en question ce type de stratégie. La troisième phase : les années 1980 à 1990 sont marquées par des stratégies de réseaux, associant une orientation sur le métier et les compétences de base, une externalisation des activités non créatives de valeur et des pratiques de coopération. Dans

⁷ PATERNE NJAMBOU, op.cit, p 81.

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

ce contexte, les modèles de gestion redécouvrent les qualités et valeurs de la petite entreprise (Small is beautiful). La fin des années 90 se traduit par des stratégies de globalisation symbolisées par de nombreuses alliances, fusions et acquisitions. Quant à la petite entreprise, on réintroduit les stratégies d'entrepreneuriat.⁸

1-2-2 Sur le plan macroéconomique

La genèse de la diversification remonte aux États-Unis et à l'Amérique latine lors de la crise des années 1930 avec la chute spectaculaire du cours des matières premières. Plusieurs travaux ont été réalisés à ce sujet, et les premiers ont été effectués par McLaughlin (1930) sur les villes américaines. Par la suite, les travaux de Rosenstein-Rodan et Leontief ont mis l'accent sur les notions d'effets d'entraînement et de densification des matrices intersectorielles (Leontief, 1986; Rosenstein-Rodan, 1943).

D'autres travaux sur la diversification ont également montré qu'elle joue un rôle essentiel dans la maîtrise des fluctuations du cours des matières premières pour les pays en développement (Massel, 1970). De leur côté, Kuznets et Rostow affirment que afin que les économies puissent arriver à la croissance et le développement des transformations structurelles des économies et de leur diversification doit être mises en place. Tous ces travaux ont été réalisés dans le but d'alimenter par la suite les réflexions et les discussions sur les politiques régionales, commerciales et industrielles de nombreux pays.⁹

La diversification, en macroéconomie, est passée par plusieurs phases, le modèle de la diversification était un thème de réflexion sur la croissance et le développement de 1940. Durant cette phase, elle a été mise en œuvre comme stratégie de développement par la plupart des pays en développement. Mais cette stratégie était un échec dans certains pays et la crise de 1980 a orienté les stratégies de développement vers la spécialisation internationale et la stabilité économique. Ce qui s'est traduit par l'application des programmes d'ajustement structurels dans les années 1980 et 1990, le choc de la crise asiatique a relancé le débat sur la diversification à la fin des années 1990¹⁰. De nos jours la diversification est devenue

⁸ DJAMEL FELLEGG, « La stratégie de diversification : tentative de clarification », Académie Nancy Metz, cours, p2.

⁹ PATERNE NJAMBOU, op.cit.p 83.

¹⁰ Idem, p 84.

indispensable pour le développement des pays dépendants des exportations des ressources naturelles brutes.

1-3 Les voies et types de la diversification économique

Pour faire face à la concurrence et aux développements technologique, toutes les économies cherchent à se diversifier et cela à travers différentes voies. Les typologies et les avantages de la diversification sont présentés de manière synthétique sans distinction quant aux dimensions microéconomique et macroéconomique, puisque les principes de base sont applicables dans les deux cas, ainsi que les voies de la diversification.

1-3-1 Les voies de la diversification

Une entreprise, un territoire, ou un pays peut diversifier son économie selon 3 dimensions principales¹¹:

- La dimension filière : ce mouvement est couramment désigné par le thème « d'intégration » ou encore de « diversification verticale » ;
- La dimension activité : c'est la plus connu, et souvent la seul développé ; on parlera de diversification horizontale ;
- La dimension géographique : on parlera alors de la diversification géographique.
-

Diversification verticale

L'entreprise développe son savoir-faire commercial pour proposer les produits actuels à une nouvelle clientèle, c'est aussi l'intégration vers l'amont ou vers l'aval qui se traduit par l'acquisition de nouvelles compétences d'une même filière et par un renforcement du potentiel concurrentiel de l'entreprise dans son activité d'origine, cela résulte de plusieurs phénomènes :

- La constitution d'un avantage concurrentiel fondé sur la sécurité de l'approvisionnement (intégration vers l'amont) ou des débouchés (intégration vers l'aval);

¹¹ FAOUDI, GHARBI : « L'analyse de le démarche stratégique pour le choix de la diversification, cas pratique SPA CEVITAL-agro industrie », mémoire de fin cycle, Management des organisations, université ABDEREHMANE MIRA DE BEJAIA, 2013/2014 p 34.

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

- La différenciation accrue par rapport aux entreprises concurrentes dans l'activité de départ. Cette différenciation se traduit fréquemment aux niveaux des coûts de productions ou de distribution, ou par un service de plus grande qualité ;
- La maîtrise de technologie complémentaire dans une même filière de production, mais concernant différentes étapes du cycle de vie ;
- La réduction des coûts de production, liée à la combinaison de divers opérateurs technologiques Des coûts d'informations et communication dans le cadre du contrat, et plus précisément de ceux engendrés par la structure mise en place pour en contrôler le bon déroulement;¹²

La diversification vertical permet, donc, d'établir les relations captives avec les parties amont et aval de la filière, et permet aussi de générer un avantage concurrentiel déterminent en matière de coût ou de qualité.

Cette forme de diversification engendre certains avantages et inconvénients :

Avantages

- La diversification des activités de l'entreprise ;
- La réduction des risques ;
- L'accroissement du pouvoir sur le marché ;
- L'approvisionnement et la découverte de nouveaux marchés captifs ;

Inconvénients

- L'assèchement des ressources ;
- La réduction de la flexibilité dans la prise de décision ;
- La multiplication d'obstacles à la sortie ;
- L'éloignement des goûts et attentes des différents clients ;
- La difficulté de coordination entre plusieurs marchés.

B- La diversification horizontale

¹² FRANCK BRULHART et all, « les 7 points de la croissance de l'entreprise », édition EYROLLES, paris, 2011, p 61.

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

C'est le fait de se lancer dans des produits nouveaux, à technologie identique ou non, pour une même base de clientèle¹³. L'entreprise aborde ici des domaines d'activités différents de son activité principale¹⁴. C'est une forme de diversification dans laquelle une entreprise fabrique des produits /services nouveaux qui sont conformes ou complémentaires à son activité actuelle en matière d'expérience et de technique de production. Ces nouvelles activités s'appuient surtout sur les synergies et complémentarités au sein de l'organisation. Pour le modèle Salter et Weinhold (1979), la diversification horizontale est synonyme de la diversification liée-complémentaire dans le sens où l'entreprise étend son activité vers des couples produit/marché, demandant des compétences fonctionnelles identiques à celles déjà obtenues.

Avantages

-Une entreprise qui diversifie son portefeuille d'activité, d'une part elle peut profiter des gains obtenus et d'autre part elle peut compenser les pertes subis.

Inconvénients

-Etant donné la diversité des activités de l'entreprise, la gestion devient plus complexe ;
-Les gains de synergies sont faibles, à cause de la difficulté de gérer plusieurs domaines d'activités par un seul opérateur.

C- La diversification géographique

On parle de diversification géographique dès qu'une entreprise sort de son marché pertinent et s'attaque à une autre zone dans laquelle les facteurs-clés de succès sont différents. Il ne faut pas confondre diversification géographique et expansion géographique. L'expansion géographique se résume, pour la plupart des entreprises, à exporter les produits dans d'autres pays ou régions du monde. La diversification géographique oblige l'entreprise à repenser sa stratégie et à s'adapter au nouvel environnement dans lequel elle pénètre¹⁵.

Avantages

¹³ DIEMER ARNAUT, Economie d'entreprise, IUEM D'Auvergne, préparation CAPET, PLP, p 17.

¹⁴ MAGAKIAN, AUDREY PAYAUD, « 100 fiches pour comprendre la stratégie de l'entreprise », 2eme édition Bréal, 2007, p 56.

¹⁵ EUGENE ARTHUR, Diversification du portefeuille produits services et amélioration des performances dans les entreprises publiques camerounaises : cas de la MAGZI, NSOND ESSEC Douala-DU et négociation commerciale 2007, p 34.

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

-L'entreprise échappe à un aléa qui résulte de l'exploitation d'un portefeuille de clients trop étroit ;

-Développer la production de l'entreprise ;

-Bénéficier des lois d'apprentissage : les couts moyens diminuent.

Inconvénients

- Frais de conquête de nouveaux marchés qui peuvent mettre en peril l'équilibre financier de l'entreprise ;
- Méconnaissance des nouveaux marchés, des gouts des consommateurs et des attentes des clients.

1-3-2 Les types de diversification

À partir des typologies de la diversification d'Ansoff (1957), de Salter et Weinhold (1979), de Porter (1998) et de bien d'autres auteurs, nous distinguons 3 formes de diversification qui peuvent être utilisées par les dirigeants d'entreprises comme par les autorités politiques et administratives des milieux territoriaux, dans le but d'assurer la continuité de leurs économie, leur redéploiement, leur expansion ou leur survie.

A- La diversification liée ou concentrique

C'est une forme de diversification totale, Il existe une proximité entre le métier de base de l'entreprise et les nouvelles activités vers les quelle elle se tourne. La diversification se fonde sur les compétences déjà existantes qui sont ensuite appliqués dans d'autres activités. Ces dernières sont généralement de nature technologique ou commerciale¹⁶. C'est une forme de diversification dans laquelle une entreprise cherche dans un premier temps à augmenter la gamme de produits offerts à ses clients habituels, et dans un deuxième temps, à atteindre des clients différents pour ses produits traditionnels. Cette diversification repose sur l'exploitation des synergies. Ansoff(1957) propose trois approches pour la mettre en œuvre, il s'agit d'encourager les clients déjà existants à acheter d'avantage, d'atteindre les clients des concurrents et de convaincre ceux qui n'utilisent pas le produit à l'essayer.

¹⁶ FAOUDI, GHARBI, op.cit, p 37.

B- La diversification non liée ou conglomérale

C'est une forme de diversification appelée aussi diversification latérale, dans laquelle une entreprise entre dans un nouveau domaine d'activité par la fabrication des produits nouveaux, sans aucun rapport avec ses produits ou services actuels et encore moins avec ses marchés actuels, mais qui sont destinés à des marchés nouveaux¹⁷. Il existe peu de rapport entre les métiers de l'entreprise, donc il n'y a pas de lien entre les chaînes de valeurs des activités, l'entreprise entre dans des domaines d'activité stratégiques différents de son activité principale en pratiquant la politique de conglomérat (fusionnât), en s'appuyant sur un savoir faire commun lié généralement à ses compétences en matière de gestion et d'organisation.¹⁸Tous les experts s'entendent pour dire que c'est la forme de diversification la plus risquée à entreprendre parce qu'elle induit un changement important de la chaîne de production.

Il existe aussi un autre type de diversification :

C- La diversification financière

La diversification financière limite les risques que court l'investisseur en répartissant les fonds entre des titres divers qui probablement ne devraient pas tous fléchir en même temps. Elle fait référence à la diversité des actifs qui font partie d'un portefeuille d'actifs (actions, obligations). Cette forme de diversification est aussi appelée diversification du portefeuille international quand l'investisseur combine dans son portefeuille des actions portant non seulement sur des secteurs différents de l'économie, mais également sur des économies des régions différentes du monde, cela dans le but de réduire les risques liés la récession économique dans différentes régions dans le monde, c-à-d si certains actifs placés dans certaines régions engendrent des pertes ils seront compensés par le gain généré par d'autres actifs placés dans d'autres régions dans le monde. Cela a comme avantage la diminution du risque relatif aux récessions économiques qui peuvent survenir à n'importe quel moment et dans n'importe quelle région du monde.

La diversification financière vise donc à protéger les capitaux investis contre les risques associés à la détention d'un nombre trop limité d'actifs. L'objectif de la diversification financière étant de trouver le meilleur compromis au profit de l'investisseur du couple rendement /risque¹⁹.

¹⁷ PATERNE NJAMBOU, op.cit.p 85.

¹⁸ ULRIKE MAYRHOFER, Gestion Management stratégique, édition Bréal, 2007, P 90.

¹⁹ <https://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/diversification-financiere>, (consulté le 07 /06/2017 à 22h48).

1-4 les fondements et moyens de la diversification

Nous allons commencer par les fondements en premier, puis nous traiterons les moyens de la diversification.

1-4-1 Les fondements de la diversification

La diversification économique est fondée sur 3 éléments principaux :

A- Le métier et le domaine d'activité

La diversification correspond aux mouvements stratégiques qui se concrétisent par un changement de domaine d'activité. Ces mouvements peuvent se traduire soit par l'élargissement du métier de l'entreprise, soit par la coexistence de plusieurs métiers.²⁰

A travers la diversification une entreprise, un territoire ou un pays changent leurs domaine d'activité à fin de changer de métier ou l'améliorer, par l'élargissement de son activité ou l'acquisition de nouveaux secteurs d'activités.

B- La synergie

- Rares sont les entreprises qui se lancent dans des activités dont elles ne maîtrisent aucun facteur ;
- Toute stratégie de diversification exploite plus au moins des éléments qui sont en relation avec l'activité principale de l'entreprise ;
- L'entreprise doit mettre en avant tout son savoir faire, et développer ses compétences dans le cadre de sa nouvelle activité.

C- Technologie et marché

Ce sont les clés de la réussite de toute stratégie de diversification, la maîtrise et la détention de la technologie permet de se différencier des autres. En s'appuyant sur un ensemble de technologies les entreprises peuvent développer des produits très diversifiés sur différents marchés. On parle de stratégie générique.

²⁰ BASILE GANIDIS : « stratégie de diversification des grands groupes industrie », édition Eska, France, 2004, p 195.

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

Après avoir évoqué les fondements de la diversification, on va parler des moyens qui mènent à la diversification.

1-4-2 Les moyens de la diversification

Il existe quatre différents modes de diversification. Ces différents types dépendent de la taille et de la situation de l'entreprise, mais aussi des circonstances du moment. Et afin de s'assurer de la réussite de la diversification choisie, il faut:

- Analyser les potentiels des différents marchés et secteurs ainsi que leur rentabilité ;
- Saisir les occasions de reconversions (mutations) possibles ;
- Il y a effectivement des temps plus propices (opportuns), des situations conjoncturelles qui favorisent la reconversion vers certaines activités ;
- Il est enfin nécessaire de remarquer la présence de synergies exploitables.

A- La diversification de placement

L'attraction du segment de départ est élevée et la position concurrentielle de l'entreprise est également élevée. Elle recherche dans ce cas un lieu de placement pour excédents financiers que lui confère sa position stratégique initiale, ou se lance dans de nouveaux projets destinés à capitaliser de nouvelles compétences²¹. Cette diversification met en avant les entreprises en bonne santé financière, dominant leur marché respectif. La diversification de placement réside dans l'investissement.

Le placement peut se présenter sous deux formes : financier ou industriel.

Lorsqu'il est financier, la diversification se présente comme une participation de l'entreprise principale qui soutient financièrement une entreprise secondaire qui lui est associée. Généralement, dès lors qu'une crise financière surgit, l'entreprise principale se dissocie de cette dernière.

Lorsqu'il est industriel, l'entreprise acquiert un nouveau savoir-faire, accompagné généralement d'un pouvoir d'influence important. Ce placement est irrévocable.

On soulignera que l'étendue de cette diversification est fortement liée à l'importance du placement, et donc de la santé financière de l'entreprise.

²¹ MAGAKIN, PAYAUD, op.cit, p56.

B- La diversification de redéploiement

L'attraction du segment de départ faible et position concurrentielle élevée. La firme exploite actuellement des actifs forts sur un secteur en phase de maturité ou de déclin et tente une diversification de substitut à faible croissance de son secteur original.

Elle est spécifique aux entreprises présentant des activités vieillissantes avec de fortes pressions concurrentielles. Elle représente donc une alternative à moyen terme, à la faible rentabilité de l'activité majeure.

Il est donc nécessaire pour l'entreprise de s'assurer que le potentiel de croissance de sa nouvelle activité sera de plus en plus grandissant. Généralement, les entreprises exploitent les synergies de leurs précédentes activités, afin de mieux s'engager sur leurs nouveaux marchés.

C- La diversification de survie

L'attraction du segment de départ moyen et position concurrentielle moyenne, une telle démarche implique des ruptures dans l'entreprise, parfois survenant trop tardivement.

Dans cette situation l'entreprise de tournera vers une activité à taille réduite car elle dispose de peu de ressources, elle devra aussi développer son savoir faire dégager le maximum de synergie.

En général, les entreprises qui emploient ce type de diversification, sont celles qui sont dans une situation économique très faible. Les entreprises doivent donc rechercher une activité, bien souvent d'ampleur réduite, en utilisant au maximum leurs compétences actuelles. Il est de plus impératif de trouver un nouveau métier aux perspectives de croissance élevée. Tout cela dans le but d'une rentabilité urgente et immédiate, ainsi qu'une volonté de survie de l'entreprise.

D- La diversification de confortement

L'attraction du segment de départ moyenne et de position concurrentielle moyenne, mais, dans ce cas, l'entreprise désire améliorer son avantage concurrentiel en se tournant vers une activité complémentaire. L'entreprise cherche donc à profiter de synergies entre domaine d'activité visé et l'activité de départ.²²

Ce moyen de diversification vise les entreprises qui sont en situation intermédiaire par rapport à la concurrence (PME principalement). Bien souvent, cette situation semble fixée et difficile à améliorer fondamentalement. En effet, les moyennes entreprises ne peuvent

²² JEAN LOUIS MAGAKIAN et all, Op.cit, p 58.

concurrencer les plus grands groupes, notamment sur le débit et le volume de production. De ce fait, ces entreprises s'offrent une activité supplémentaire. En effet, grâce à cette dernière, elles peuvent se différencier de la concurrence qui constitue un frein à la croissance. Elles doivent enfin se lancer de préférence dans des domaines d'activités en lien avec leurs activités précédentes.

1-5 Les raisons et les risques liés à la diversification

De nos jours, la diversification est devenue primordiale pour la vie économique de certaines entreprises, territoires, et même les pays. « Les bouleversements technologiques, l'apparition de biens de substitution et une concurrence de plus en plus acharnée demandent des décisions de principe : combattre les nouveautés avec toutes les forces, atteindre des jours meilleurs, ou réagir rapidement »²³. Il y a plusieurs raisons qui peuvent pousser une économie quelque soit sa dimension à se diversifier, comme la recherche du profit, de l'indépendance ou encore la survie. Toute fois, l'entreprise ou le pays qui met en place une stratégie de diversification peut rencontrer certains obstacles que nous allons citer.

1-5-1 Les raisons

Parmi les raisons principales qui peuvent pousser une économie ou une entreprise à se diversifier :

A- Augmenter les profits

En général, lorsqu'une entreprise, un territoire ou un pays veut se diversifier c'est dans le but d'augmenter ses profits. En effet, en se concentrant sur un seul marché, et en le dominant, on s'assure des revenus tant que ce marché est porteur, mais ces revenus sont limités, ils ne peuvent pas dépasser une certaine limite. Mais en se diversifiant, une économie s'ouvre à de nouveaux marchés, et engendre donc de nouveaux profits. En principe, toutes la diversification aboutit à ce résultat, cependant les diversifications horizontale est souvent très privilégiée. Et vendre sur différents marchés, réduit les risques de faillite de l'entreprise ou l'échec d'une politique économique.

²³ EDWIN BORSCHBERG, « La diversification : stratégie de survie et de croissance », exposés de troisième cycle en gestion d'entreprise des universités romandes, Lausanne : Presses polytechniques romandes, Suisse, 1982, p 7.

B- Eviter la dépendance

Certaines économies des pays sont dépendant des hydrocarbures, d'autres des métaux précieux ou de minéraux, et même les entreprises peuvent être dépendantes d'un seul produit ou service. Et Cette situation de dépendance aux ressources naturelles est considérée comme une malédiction pour les pays, qui peut les mener à n'importe quel moment dans une situation de crise. Ce qui les poussent à opter pour une stratégie de diversification de leurs productions et /ou exportations. Dans ce cas, l'entreprise ou le pays en question réalise en priorité des opérations de diversification verticale.

Et il existe une méthode plus simple pour éviter cette dépendance, c'est de les concurrencer, voire de les racheter. Ainsi, même si des fournisseurs posent problème, l'entreprise dispose de ses propres canaux d'approvisionnement. Cette stratégie de diversification en amont a été beaucoup utilisée par des enseignes de grande distribution.

C- Se sauver

Dans certains cas, l'entreprise est forcée à se diversifier, dans le sens où si elle ne se diversifie pas, elle disparaît. On retrouve ces situations dans des secteurs très concurrentiels ou dans des marchés qui sont menacés de disparation. Ces entreprises, qui sont généralement en difficultés, ne disposent pas des fonds nécessaires à une vaste politique de diversification. Elles ne peuvent pas acquérir de nouvelles technologies ou d'embaucher de nouveaux salariés. Elles comptent plus sur la réutilisation du matériel et des compétences déjà présents au sein de l'entreprise, et se tournent donc souvent vers la diversification horizontale, c'est-à-dire conserver le même métier de fond, mais s'orienter vers de nouveaux produits ou de nouveaux marchés.

Cependant, enfin de compte, toutes les entreprises qui se diversifient le font pour survivre, même si ce n'est pas leur objectif principal dans l'immédiat.

Il existe donc de nombreuses raisons pour lesquelles une entreprise peut chercher à se diversifier. Toutefois, quelle que soit cette raison, la décision de se diversifier est toujours le fruit d'un long processus de réflexion et d'études²⁴, que ce soit pour l'entreprise ou une économie d'un pays, d'une union ou un territoire.

²⁴ FRANCOIS COLL, op.cit, p304.

1-5-2 Les risques liés à la diversification

- ✓ Risque d'une réaction des concurrents déjà installés sur le marché, qui peuvent reposer par : une baisse brutale des prix, ou élever des barrières à l'entrée, bloquer le réseau de distribution, imposer de gros investissements.
- ✓ Risque d'arrivée d'un nouveau concurrent, qui peut déclencher une guerre de prix, ou un excédent d'offre sur le même produit sur le même marché.
- ✓ Risque lié aux coûts d'entrée sur le marché : capitaux nécessaires en immobilisation en stocks, en dépenses commerciales...etc. Ces coûts d'entrée risquent d'être trop élevés par rapport aux capacités financières de l'entreprise.
- ✓ Risque lié aux pertes de démarrage. Elles proviennent du fait que le produit est en phase de lancement, les volumes des productions et des ventes sont faibles, causé par l'absence de maîtrise d'une nouvelle filiale, d'un nouveau métier, et l'ignorance des clients du lancement de ce nouveau produit.

Dans cette section on déduit que, la diversification est un moyen permettant de satisfaire des ambitions de croissance qui ne pourraient être accomplies par la spécialisation sur un seul domaine d'activité. Elle représente donc une étape logique dans le développement de l'entreprise, elle réduit les risques liés à la dépendance par rapport à un secteur d'activité unique, elle maximise les profits, et permet d'échapper à des situations de crise. Enfin la diversification dans toutes ses typologies devrait conduire à une meilleure rentabilité, en raison des différents types d'économie qu'elle autorise. C'est ce que nous allons voir dans la deuxième section qui traitera l'expérience de certains pays qui ont réussi leurs stratégies de diversification.

Section 2 : Présentation de quelques expériences de diversification

Dans cette section nous exposerons les stratégies de quelques pays qui ont réussi à diversifier leurs économies. En premier lieu on traitera l'exemple de L'Indonésie qui montre bien l'importance du recours à des politiques actives d'encouragement à l'agriculture face à la chute du secteur pétrolier, et de la baisse des coûts intérieurs afin d'encourager la diversification des exportations ou on traitera la politique de diversification et de déréglementation adoptés par l'économie indonésienne. En second lieux on traitera brièvement l'exemple de quelques pays en développement en partant d'une forte

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

concentration dans le secteur minier qui ont construit des économies diversifiées, et ont tous rencontré un succès grâce à des politiques de diversification basées sur la production manufacturière, l'industrialisation, l'investissement dans le capital humain pour la Malaisie, le Chili et pour Dubaï le pays a opté pour une diversification bien stratégique dont l'objectif est d'attirer les investissements directs étrangers et les grandes multinationales et couvrent les risques par les recettes pétrolières. L'expérience de ces pays disposant de ressources minérales substantielles, est particulièrement instructive

2-1 L'Indonésie : la réussite d'une politique de diversification

L'économie indonésienne a été exceptionnellement performante durant toute la décennie qui a suivi la crise asiatique, aidée en cela par un cadre macroéconomique prudent et par les solides réformes stratégiques prises par le gouvernement indonésien, afin de réussir sa politique de diversification.

2-1-1 Les politiques publiques visant la diversification des exportations de l'Indonésie

L'Indonésie a remarquablement bien réussi à diversifier son économie et ses filières d'exportations. Son expérience est pleine d'enseignements, en effet, les hydrocarbures constituaient 80% de ses exportations durant les années 1980. Le seul membre de l'OPEP de l'Est asiatique a, en effet, quitté l'organisation en 2008, car il est récemment devenu importateur net de pétrole²⁵. Cette diversification s'est exprimée par plusieurs façons, les mutations les plus notables ayant été celles de l'agriculture.

Plusieurs réformes et mesures pour diversifier son économie ont été prises par l'Indonésie, afin de réussir sa politique de diversification.

2-1-2 Les décisions visant l'autosuffisance alimentaire d'avant 1990

Depuis son indépendance, la priorité de l'Indonésie est d'assurer une production nationale suffisante à la demande. La question de l'autosuffisance demeure également pertinente au sein des politiques internes de sécurité alimentaire de l'Etat.

En Indonésie, qui dit vivrier pense essentiellement au riz, la nourriture de base de l'immense majorité des peuples de l'archipel. Le pays est devenu à partir de la fin des années cinquante le plus gros importateur mondial de riz. De 1961 à 1964 ces importations ont régulièrement

²⁵ PICHLER.M «agro carburant en Indonésie : logique, structures ; conflits et conséquences » ; alternatives sud vol 3, n=02 ;p ;57-76. Consulté sur le site : <http://www.cetri.be/IMG/pdf/2-4.pdf> 05/06/2017.

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

dépassé 1 million de tonnes (Mt) par an, quantité énorme représentant près du dixième d'une production rizicole nationale en pleine stagnation ainsi qu'une charge financière presque insupportable pour une économie en récession.²⁶

Au milieu des années 1960, l'économie indonésienne a atteint un très mauvais état, le pays est en rupture avec les pays occidentaux ce qui l'empêche de recevoir une aide étrangère qui est nécessaire, les dépenses publiques étaient financées par l'émission monétaire, ce qui a engendré une hyperinflation importante²⁷.

Face à cette situation, le gouvernement, en 1961, a mis en place la réforme agraire afin de régler le problème de l'accès à la terre suite à la promulgation de loi agraire basique de 1960 (UUPA1960). L'objectif principal était de changer la structure agraire inégalitaire existante, en redistribuant les terres des paysans riches sans terre ou aux petits paysans.²⁸

Plus tard, le gouvernement a intégré à ces politiques l'utilisation de la technologie. Des outils de soutien aux agriculteurs, d'importantes ressources publiques sont allouées et affectées aux producteurs rizicoles des fertilisants, des semences de haute qualité. Le contrôle des importations a été mis en place pour réguler les marchés des produits agricoles.

Cependant le programme de modernisation de l'agriculture a du faire face à de graves problèmes de financements en raison de la faiblesse du budget et l'Etat. En même temps, les relations avec les pays occidentaux, en particulier les Etats-Unis, se sont aggravées. C'est la raison pour laquelle le gouvernement a mis en place un programme de «Berdiri Diatas Kaki Sendiri (Berdikari) » ou «Debout sur nos propres pieds ».²⁹

Après avoir rétabli un minimum de stabilité dans les finances publiques et avoir relancé l'appareil économique, le gouvernement de Suharto a mis en place le régime de «l'ordre nouveau».

Le gouvernement indonésien considère l'agriculture comme secteur prioritaire pour le développement économique. Une série de programme d'intensification ont suivi à partir des années 1979, afin d'accélérer l'augmentation des rendements et soutenir l'industrie.

La filière rizicole, comme l'ensemble de l'économie agricole a fait l'objet d'une attention particulière de l'Etat, par la mise sur pied de nombreux programmes pour la formation

²⁶ Jean-Luc Maurer ; «Modernisation agricole, développement économique et changement social », Openldition books, p17-61. Consulte sur http://www.persee.fr/doc/arch_0044-8613_1987_num_34_1_2397 consulté le 20/05/2017.

²⁷ Études économiques de l'OCDE Indonésie, mars, 2015, pdf, P, 5.

²⁸ Idem.

²⁹ Études économiques de l'OCDE Indonésie, mars, 2015, pdf, P, 7.

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

technique des producteurs. A cet effet, le programme BIMAS³⁰ a permis l'organisation des riziculteurs et la dissémination des connaissances auprès des producteurs qui ont favorisé l'adoption à grande échelle des technologies de la révolution verte. De plus, l'introduction de la machinerie agricole dont les motoculteurs, ainsi que les techniques de gestion intégrée des nuisibles ont favorisé l'augmentation des rendements.

A partir de 1973, l'Etat a favorisé la création de joint-ventures entre partenaires étrangers et locaux afin de développer une industrie nationale, tournée vers la satisfaction des besoins du marché intérieur.

Après s'être dotée d'une agriculture solide capable de nourrir sa main d'œuvre industrielle croissante à des prix assez bas, en 1970, l'Indonésie s'est tournée vers les fabrications à bas salaires et a adopté une stratégie exportatrice, le développement économique, jusqu'alors marqué par l'emprise de l'Etat et un certain protectionnisme, s'oriente davantage vers la libéralisation de l'économie et l'ouverture aux marchés internationaux.

En 1979, le gouvernement prévoit que la priorité absolue dans le développement économique réside dans le secteur agricole ou le secteur vise à l'autosuffisance. Il a également fait des réformes dans le secteur industriel qui gère les matières premières en produits finis.

Après 1985, la politique commerciale a été progressivement libéralisée, et les exportateurs ont eu accès à des intrants importés aux cours mondiaux³¹.

2-1-3 Les mesures de déréglementation des années 1990

L'Indonésie a adopté plusieurs mesures pour honorer ses engagements internationaux signés dans le cadre de l'OMC, d'ANASE et de l'APEC et améliorer la compétitivité de son économie sur les marchés internationaux.

a- Programme de déréglementation de mai 1995

En mai 1995, le gouvernement a annoncé une série de mesures de déréglementation dans le cadre de ses efforts visant à rendre l'économie indonésienne plus efficace et plus solide et à accroître la compétitivité des produits indonésiens sur le marché international. Ce programme de déréglementation comprend, entre autres, les mesures suivantes³² :

- Le taux des droits d'importation sera progressivement réduit ;
- De nombreux droits d'importation seront immédiatement ramenés à un taux compris entre 5% et 20% ;
- La suppression de nombreuses surtaxes à l'importation ;

³⁰ Jean-Luc Maurer , op.cit. ,p,17-61, .

³¹ www.imf.org, consulté le 27/05/2017.

³² Idem .

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

- Une exonération des droits d'importation pour les biens d'équipement importés par des entreprises faisant l'objet d'une restructuration.

b- Mesures de déréglementation adoptées en 1996

En janvier et juin 1996, le gouvernement a annoncé une série de mesure de déréglementation économique, à savoir :³³

- Poursuite du programme de réduction tarifaire,
- Réduction des droits de douane sur les biens d'équipement importés ;
- Suppression des surtaxes tarifaires ;
- Simplification des obstacles non tarifaires ;
- Réglementation antidumping ;
- Facilitations des exportations ;
- Simplification des licences pour les entreprises situées dans des zones industrielles,
- Exploitation des zones franches/entrepôts en douane ;
- Simplification des procédures d'importation de déchets utilisés comme matières premières industrielles.

c- Programme de déréglementation de 1997

A partir du 17 septembre 1997, le gouvernement a baissé le droit d'importation appliqué aux matières premières et aux matières auxiliaires destinées à certains produits (153 positions tarifaires).³⁴

Suite a la crise de change qui a frappé les pays asiatique, l'Indonésie a demandé l'aide du FMI. Les mesures temporaires mises en vigueur par le gouvernement concernent le resserrement budgétaire et la mise en attente de projets d'infrastructure d'une valeur de 37 milliards de dollar américain n'ont pas réussi à mettre fin à la chute de la roupie.

Le plan d'ajustement structurel de l'Indonésie a été adopté en novembre 1997. Le plan comportait trois grandes dimensions :³⁵

- La mise en place d'une politique de resserrement budgétaire et monétaire destinée à stabiliser le marché financier et à réduire le déficit du compte courant ;
- La restauration de la santé du secteur financier, y compris la fermeture des banques non viables.

³³ OMC/ examens des politiques commerciale : Indonésie décembre 1998. Consulté par le site https://www.wto.org/french/tratop_f/tpr_f/tp096_f.htm, 30/05/2017

³⁴ www.cairn.info/revu-marché-et-organisation 2014, consulté le 30/05/2017.

³⁵ [http : www.wto.org/french/tratop/tp096-f.htm](http://www.wto.org/french/tratop/tp096-f.htm), consulté le 01/06/2017.

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

- La mise en œuvre des réformes structurelles y compris la libéralisation du commerce international, et des investissements étrangers, et le démantèlement des monopoles nationaux, permettant ainsi une plus grande participation du secteur privé et le développement de la privatisation.

d- **La politique économique appliquée en 1998**

En janvier 1998, le gouvernement a adopté un programme de réforme et de restructuration économique et financière.

Le programme d'ajustement structurel vise essentiellement à accroître l'efficacité et la compétitivité de l'économie indonésienne. Les mesures à mettre en œuvre pour réaliser cet objectif sont les suivantes :

- Suppression des avantages fiscaux et douaniers spéciaux précédemment accordés au programme concernant la voiture nationale.
- Baisse progressive des droits d'importation.

Depuis le début d'année de 1998, les importateurs généraux peuvent librement importer divers produits tels que le blé, la farine de blé, les fèves de soja et l'ail. Une réduction des obstacles aux exportations, y compris les taxes d'exportation, doit être mise en œuvre par étapes.

2-1-4 Les dispositifs des années 2000 jusqu'à 2016

En 2005 le gouvernement a soutenu un plan de développement pour 1,8 million d'hectares de plantations de palmiers à huile pour agro-carburants. Les principaux objectifs sont : la réduction de la pauvreté, la création d'emploi, d'activités économiques durables, et la diminution de la consommation domestique en carburants (indonésien délégation, 2008).

La production de huile de palme en Indonésie se base sur un modèle d'exportation, environ 78% de l'huile produite est exporté (secrétaire générale d'aprobi, 2009)³⁶. le gouvernement indonésien interdit les importations de riz et les prix domestiques dépassent les cours internationaux, pour soutenir les agricultures.³⁷ Le besoin de réduction des énergies fossiles dans ses moyens de transport est un phénomène relativement nouveau pour l'Indonésie.

En 2008, le seul membre de l'OPEP de l'est asiatique a en effet quitté l'organisation, puisque il est récemment devenu importateur net de pétrole, en raison de l'augmentation considérable de sa population et de ses trop faibles investissements dans l'exportation et l'extraction pétrolière.

³⁶ PICHLER.M ; op.cit. ; P;60.

³⁷ BELLOCQ FX, chaponnière JR ; «l'Indonésie dix ans après la crise » ; aFd. 2008,p, 14.

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

En 2009, l'Indonésie perçoit l'assistance étrangère comme un partenariat entre égaux tel que défini dans l'engagement de Jakarta (2009), un plan d'action sur l'efficacité de l'aide signé sont engagés à harmoniser leurs programmes aux priorités de développement déterminés par le gouvernement de l'Indonésie dans son plan de développement national à moyen terme (2009-2014) et son plan directeur pour le développement économique (2011-2025). Les principaux éléments de l'engagement de Jakarta visent à établir des partenariats plus efficaces et plus inclusifs, et renforcer la prise en charge locale.

Pour un mélange obligatoire des carburants fossiles avec des agros-carburants L'Indonésie a également émis des lois nationales. Depuis janvier 2009, l'essence et le diesel pour le transport doivent contenir au moins 1% d'agro-carburants. Ce chiffre devra atteindre les 25% pour 2025. Bien que l'Indonésie ait diversifié ses sources potentielles d'agro-carburants, l'huile de palme reste actuellement la seule matière première pour la production d'agro-carburants qui soit rentable.³⁸

En 2014, est parue la « liste négative des investissements » (DNI) révisée tous les 3 ans. Cette nouvelle liste est globalement plus restrictive que la précédente concernant les investissements étrangers, certains secteurs ont été fermés à la participation étrangère comme le secteur énergétique. La restriction sur la distribution est aussi fortement pénalisante.

Quelques secteurs seulement bénéficient d'une légère amélioration de leur condition. En octobre de la même année la mise en place d'une simplification des procédures de licence dans le secteur minier pour booster l'investissement. La mise en place d'un guichet unique au sein du BKPM (l'agence nationale des coordinations des investissements) a aussi pour objectif la facilitation des procédures administratives pour les investisseurs.

L'année 2015 à été marquée par l'ouverture des marchés agricoles, dans le cadre de l'accord de l'ASEAN. (l'ANSEAN a été signé en 1967 entre l'Indonésie et d'autres pays du sud-est asiatique).

Après avoir présenté les réformes entreprises en Indonésie, nous allons citer quelques exemples des pays qui ont réussi à diversifier leur économie.

2-2 La diversification : expérience de quelques pays

La première partie de cette section a traité la diversification des exportations de l'Indonésie qui montre bien l'importance du recours à des politiques actives d'encouragement à l'agriculture face à la chute du secteur pétrolier, et de baisse des coûts intérieurs afin

³⁸ PICHLET M ; op.cit., p. 61.

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

d'encourager la diversification des exportations. La deuxième partie traitera la diversification des exportations de la Malaisie le Chili et Dubaï qui ont adopté des stratégies de diversification différentes et ont connus un succès remarquable.

En 2010 la Malaisie a réussi à maintenir un taux d'épargne élevé et relativement stable, et a massivement investi dans l'exploitation des terres et les programmes de reboisement pour développer et moderniser la production de caoutchouc et d'huile de palme³⁹.

Elle a aussi beaucoup investi dans les technologies et les infrastructures, et notamment dans l'énergie, les communications et les transports. Elle a aussi libéralisé l'immigration de travailleurs qualifiés, a accru considérablement le nombre d'étudiants des universités technologiques, a noué des relations avec des universités australiennes et canadiennes et a lancé des programmes de développement des compétences cofinancés par la Fédération des producteurs et l'Université des sciences et technologies, l'objectif de sa politique macroéconomique était également de limiter les coûts. La Malaisie a progressivement opté pour un régime commercial plus ouvert.

Le Chili offre plusieurs exemples de politiques publiques verticales couronnées de succès qui ont contribué à développer l'industrie du saumon et du vin. Les bons résultats macroéconomiques du Chili au cours des deux dernières décennies le classent parmi les économies les plus dynamiques du monde⁴⁰. À cet égard, les domaines choisis comme secteurs clés sont essentiels au développement du Chili et, en tant que tels, comptent parmi les grandes priorités du programme du gouvernement. On citera notamment l'encouragement de l'adaptation et du développement technique, la diffusion des informations sur les normes, la mise à disposition d'infrastructures et d'informations et la coordination de nombreux petits producteurs (Benavente, 2006 et Katz, 2006). Ceci a permis de développer des partenariats public-privé de long terme, avec notamment CORFO et Fundación Chile, pour aider les producteurs à atteindre les capacités et la masse critique nécessaires.

Le Chili a également mis en place en 2005 un fonds pour la compétitivité et l'innovation, qu'il a financé par une taxe sur l'exploitation minière, et a développé des groupes sectoriels en cofinancement avec le secteur privé. On dénombre aujourd'hui 50 pôles d'excellence opérationnels, dont la majorité est rattachés à des universités, et qui se font tous concurrence

³⁹ Rapport de la chambre de commerce et d'industrie française en Malaisien mars 2011, P ; 1 ; tiré du site : http://www.beziers.cci.fr/files/cci_bezier/combinemalaisie.pdf, consulté le 5/05/2017 à 18 :06.

⁴⁰ Stratégie _de_chili_pdf 2007-2013 ; p ;5.

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

pour trouver des financements. Le Chili encourage également l'investissement dans le capital humain de haut niveau en finançant des bourses d'études à l'étranger (Sinnott et al 2010).

Passons pour finir au modèle de Dubaï, dont l'objectif est d'attirer les investissements (les risques étant implicitement couverts par le recours aux richesses pétrolières des Émirats arabes unis) dans les infrastructures, l'immobilier et différents services, et de créer une zone franche pour développer les capacités d'exportation. Dubaï est très dépendant des compétences et de la main d'œuvre importée : les autochtones ne constituent que 10 % de la population.

C'est un modèle instructif pour d'autres pays qui envisagent de diversifier leur économie en créant une grande zone franche ou en adoptant d'autres politiques du même type. Le projet de Dubaï ne se fonde pas seulement sur le postulat : « il suffit de construire et ils viendront »⁴¹. Il comporte également des incitatifs pour attirer les investissements directs étrangers et les grandes multinationales, et notamment une administration efficace peu corrompue, une absence d'impôts et des tarifs douaniers bas très attrayant pour les entreprises et les expatriés, une économie de marché n'imposant que peu de restrictions aux mouvements de fonds et aux transactions, des infrastructures haut de gamme à la pointe du progrès pour appuyer un système électronique et une cyberadministration, un soutien public direct ou indirect à tous les grands projets, une délivrance rapide et simplifiée de visas aux hommes d'affaires et aux touristes, l'autorisation pour les étrangers de posséder des biens immobiliers dans la zone franche, et de très gros investissements dans la sécurité.²⁴ Grâce à une politique commerciale et de recrutement très ouverte, une pression fiscale très faible et un taux de change arrimé au dollar, Dubaï est une base relativement stable et à bas coûts pour les opérateurs économiques. Dubaï veut créer un nouvel actif, une masse critique d'infrastructures, de services et d'activités d'excellente qualité, pouvant servir de pôle logistique et de transports tout en atteignant une agglomération et des externalités de « réseau » suffisantes pour être autonome. Si la réussite est au rendez-vous, ceci attestera de la diversification de l'économie locale, qui aura pour l'essentiel consisté à créer une nouvelle économie. Parallèlement, les ressortissants de Dubaï profiteront de revenus tirés d'une rente assise pour l'essentiel sur les terres et les biens immobilisés et de la participation réglementaire aux activités gérées par les expatriés. L'emploi « normal » obtenu sur des marchés du travail compétitifs n'est qu'une faible partie de la rente pour les ressortissants.

⁴¹ Diversification de l'économie des pays riches en ressources naturelles Contribution préparée pour le séminaire de haut niveau du FMI *Ressources naturelles, finance et développement*, Alger, 4-5 novembre 2010.pdf, p ; 17.

Chapitre I : Cadre théorique de la diversification économique et présentations des expériences de quelques pays

Dans cette section on peut déduire que, Certains pays en développement ont remarquablement bien réussi à diversifier leurs économies et leurs filières d'exportation. Cette diversification s'est exprimée par de multiples façons, la mutation la plus notable ayant été celle de l'industrialisation. Dans les années 1960, environ 80 % des exportations des pays en développement étaient des produits de base, tandis qu'aujourd'hui, 80 % des biens exportés sont des produits industriels. Cette refonte des filières exportatrices était liée à l'émergence de grands pôles industriels, notamment la Chine, mais aussi la Corée, l'Inde, le Brésil, la Malaisie, le Vietnam, l'Indonésie et le Mexique.

Conclusion

L'objectif de ce chapitre était d'exposer brièvement l'aspect théorique et le cadre conceptuel de la diversification, et ses différentes typologies dans ses deux dimensions macro et micro économique, nous avons également essayé de clarifier les raisons qui poussent une économie à se diversifier ainsi que les différents moyens employés pour réaliser cette diversification, tout en citant les différents risques auxquels peut être exposé une économie lors de sa diversification.

Dans ce chapitre nous avons essayé de présenter l'exemple des quelques pays qui ont réussi leurs stratégies de diversification, à savoir l'Indonésie, la Malaisie, le Chili ainsi que Dubaï. Ces pays dotés de riches ressources naturelles étaient fortement dépendants envers leurs ressources naturelles ont réussi à mettre en place des stratégies de diversification, qui ont connu un succès. Effectivement, ces pays ont pu devenir des économies diversifiées grâce à des plans économiques à long termes et des politiques de diversification bien étudiées.

Chapitre II

Introduction

L'économie algérienne, a depuis longtemps, est caractérisée par une forte dépendance vis-à-vis des exportations des hydrocarbures, dominées essentiellement par le pétrole et le gaz naturel.

La crise de 1986 a provoqué un déséquilibre des comptes extérieurs de l'Algérie, face à l'effondrement des prix des hydrocarbures. Cette situation a poussé l'Algérie à changer sa politique, en passant d'une situation du monopole absolu, vers une libéralisation des échanges extérieurs, à partir des années 1990, et ce en adoptant plusieurs réformes.

Aujourd'hui, et après la mise en place de ces réformes, l'Algérie demeure confrontée à la même situation de crise, que celle des années 1980¹, ce qui s'est répercuté négativement sur sa balance commerciale, qui est largement déficitaire.

Dans ce chapitre, nous allons tenter de présenter les principales phases caractérisant l'évolution du commerce extérieur en Algérie, en mettant en lumière les réformes ayant marqué chaque étape.

En outre, nous allons traiter les différentes mesures adoptées par l'Algérie, dans le cadre de sa démarche d'encouragement des exportations hors hydrocarbures, par la suite nous présenterons l'évolution des exportations en Algérie, pendant la période allant de 1986 à 2016.

Section 1 : Le commerce extérieur en Algérie : principales réformes

L'économie algérienne a connu de profondes mutations, de l'indépendance à la phase actuelle. Le passage d'une économie planifiée à une économie libérale a nécessité l'instauration de plusieurs réformes structurelles, notamment dans le commerce extérieur.

Cette section traitera l'évolution historique de la structure du commerce extérieur algérien, ainsi que les différentes réformes et réglementations adaptées au changement dû à l'ouverture du commerce extérieure de l'Algérie.

1-1 Le commerce extérieur en Algérie avant 1962

Avant l'indépendance, le commerce extérieur algérien était caractérisé par sa soumission à un système commercial et douanier, qui avait pour fonction principale, l'établissement et le maintien d'un monopole partagé entre quelques capitalistes marchands français et la colonisation algérienne.

¹ BOUZIDI. M, « Le monopole d'Etat sur le commerce extérieur », Algérie, 1988, page 110.

Le commerce extérieur de l'Algérie, à cette époque, était fortement dominé par les flux d'échanges avec la France, il se résumait à la² :

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

1-2 Le commerce extérieur Algérien de 1962 à 1980

Au lendemain de l'indépendance l'Algérie a adopté un système d'économie planifiée, le commerce extérieur était caractérisé par l'intervention de l'Etat.

A partir de 1963, jusqu'à 1980, l'Etat a suivi un système de gestion administrée du commerce extérieur, ce dernier s'est caractérisé par un souci de mise en place des premiers éléments du contrôle exclusif de l'Etat.

Le commerce extérieur, durant cette période de 1963 jusqu'au premier plan de développement quadriennal³, est caractérisé par la création de l'Office national de Commercialisation (ONACO) et le groupement professionnel d'achat (GPA).

En effet, dès 1962, le programme de Tripoli impose la nationalisation du commerce extérieur dans les termes suivants⁴ :

- Nationaliser en priorité les branches essentielles du commerce extérieur et du gros ;
- Créer des sociétés d'État par produits ou groupes de produits.

Une telle organisation permet :

- Exercer un contrôle réel de l'Etat sur l'import-export,
- Faciliter la consommation,
- Procurer des bénéfices commerciaux pour les investissements dans les branches productives.

² HASSAINE K. : « Accords d'association Algérie Union Européenne : Quelles perspectives pour l'économie algérienne ? », Mémoire de Magister en Sciences Economiques, Université d'Oran, 2001, p.76.

³ Le premier plan quadriennal, 1970-1973, est un plan élaboré par l'Etat Algérien qui marque la rupture avec les anciennes bases économiques et met en œuvre le départ de la planification socialiste (plan triennal de 1967 à 1969), il s'agit aussi de la mise en place des mécanismes visant à concevoir des projets d'investissement garantissant le maximum d'effets économiques «autocentrés»

⁴ BOUZIDI. M, op.cit., P : 116-121

Chapitre II : Le commerce extérieur en Algérie : Evolution et politique de diversification

De même, la charte d'Alger affirmait le principe de la prise en main de ce secteur essentiel par l'Etat socialiste, tout en insistant sur le caractère progressif de la nationalisation du commerce extérieur, qui doit être effectué par étapes.

Cependant, la première constitution algérienne adoptée en 1963 ne mentionne pas le principe de la nationalisation du commerce extérieur.

En 1964, la charte d'Alger souligne l'aspect progressif de la nationalisation qui devra procéder par étapes successives, avant d'aboutir à la nationalisation totale des échanges extérieurs, celle-ci pouvant être réalisée, qu'en fonctionnement de développement du secteur public.

En effet, la nationalisation des échanges extérieurs intervient en 1970⁵. Cette phase de contrôle qui précédera la nationalisation du commerce extérieur, a été conçue et voulue en tant que phase transitoire, préparant l'instauration du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur.

La loi 78/02, du 11 février 1978, relative au monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, met en application les dispositions inscrites dans les textes de la charte nationale et la constitution, elle confirme dès son premier article le caractère exclusif de la nationalisation du commerce extérieur conféré au seul organisme étatique, le pouvoir d'intervention en matière d'échange extérieur⁶.

Cette loi consacre trois principes fondamentaux :

- La confirmation formelle du principe de l'intervention étatique, exclusive au niveau des échanges extérieurs.
- L'interdiction de toute forme d'intervention au niveau du commerce extérieur des opérateurs privés, nationaux ou étrangers, agissant pour leurs propres comptes.
- L'interdiction de toute forme d'intervention au niveau du commerce extérieur des opérateurs privés exerçant une activité d'intermédiaire pour le compte des sociétés étrangères.

1-2-1 le monopole d'Etat sur les exportations

Au niveau des exportations, cette loi affecte durement les rares entreprises privées industrielles. Cette législation débouche (en vertu du décret 84-390 relatif à la mise en œuvre du monopole) sur la

⁵ BENHENDA.N : « Etude descriptive et analytique des exportations algérienne hors hydrocarbures (2000-2015) », mémoire de Master en économie appliquée et prospective, école nationale supérieure de statistique et d'économie appliquée », 2015 ; p 2.

⁶ BOUZIDI M. Opcit, p : 267-268.

formulation par le ministère du commerce d'un programme général d'exportation (PGE) celui-ci est géré à travers⁷ :

- Soit, des autorisations globales d'exportation (AGE) annuelles qui intéressent les entreprises publiques.
- Soit des licences d'exportations, en ce qui concerne les entreprises privées, la courte durée de validité de ces titres avec la condition des fonctionnements des entreprises algériennes.

Le contrôle du commerce extérieur par l'Etat s'est effectué progressivement à partir de 1963, ce contrôle s'est renforcé et a engendré dès 1980 un système de monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, assuré par les entreprises publiques nationales.

La planification des échanges extérieurs a donné lieu à un système de procédures assez rigides, qui a été institué, en vue de préserver l'international d'une part, et de la faible organisation des opérateurs d'autre part.

De plus, les prix intérieurs étaient largement dépendants des prix extérieurs, du fait de l'intégration de l'économie au marché mondial. Cette subordination du système national des prix relatifs aux prix extérieurs introduit un élément de l'instabilité dans le système⁸.

1-2-2 Le monopole de l'Etat sur les importations

La période de 1962 à 1980 se caractérisait par le contrôle étatique sur les importations.

L'Etat avait créé deux offices nationaux pour l'importation et distribution de certains produits :

- L'ONACO (l'office national de commercialisation) : créé par le décret n° 62/115 du 13/02/1962 lui attribuant le monopole des importations et la distribution de certains produits.
- La SNTA (la société nationale des tabacs et allumettes) : créé en 1963, avait également bénéficié du monopole des importations n°63/427 du 04/11/1963.
- Les GPA (Les groupements professionnels d'achat) sont créés par le décret n° 64/2133 du 10/08/1963, étaient des associations importatrices sur lesquelles l'Etat se réservait le droit d'exercer certains nombres de contrôle, par l'intermédiaire de ses représentants placés au niveau du conseil d'administration. Il y avait quatre groupes d'achat :

⁷ BENSALD H. : « réformes économique en Algérie », Alger, 1991, P 84.

⁸ BENHENDA N..OPCIT. p 4.

- LE BOIMEX (Groupement Professionnel du Bois) : pour le bois et des dérivés ;
- LE GITEMAC (Groupement Professionnel des Textiles) : pour les autres articles ;
- LE GADIT (Groupement Professionnel d'Achat des Industries Textiles) : pour les autres textiles ;
- LE GICP (Groupement Professionnel des Peaux et Cuirs) : pour cuirs et peaux.

Cette politique avait pour objet la protection de la production nationale, ainsi que l'obtention des meilleures conditions d'approvisionnement (coûts, délais et négociation en force) et le contrôle efficace des mouvements des capitaux. Cette dernière a été menée à travers différentes mesures⁹ :

- **Le contingentement à l'importation** : mis en application par l'intermédiaire de licence d'importation, il a pour objectif de limiter les importations de luxe, de protéger la production et l'emploi nationaux et d'améliorer l'état de la balance commerciale ;
- **La politique tarifaire** : dès 02/1968, l'Algérie a adopté un nouveau tarif douanier en remplacement de l'ancien, dont les droits de douane étaient jugés trop faibles. Ce nouveau tarif a pour objectif de sélectionner les produits à l'importation d'autre part, à travers une classification qui a touché les pays et les produits ainsi, les pays sont repartis en deux catégories, d'une part, les pays de la communauté économique européenne (CEE) et ceux ayant signé un accord commercial avec l'Algérie et d'autre part, les pays tiers. Pour leur part, les biens de consommation sont classés en trois catégories : les produits de première nécessité, les biens de seconde nécessité et les biens de luxe. L'Etat voulait ainsi freiner l'importation de biens superflus. Enfin, pour favoriser la substitution à l'importation les tarifs douaniers sur les biens non transformés étaient plus faibles que ceux frappant les biens transformés ;
- **Le contrôle des échanges** : dès octobre 1963, l'Algérie a quitté la zone France en rendant le contrôle des échanges applicable à tous les pays tiers. Les exportateurs, sauf autorisation de la banque centrale d'Algérie, étaient tenus de respecter un délai de rapatriement maximum 60 jours, à compter de la date d'expédition des marchandises.

1-3 La libéralisation du commerce extérieur algérien : de 1990 à nos jours

La crise de 1986 due à la chute des prix de pétrole a remis en question la politique nationale du commerce extérieur, cette dernière a connu, depuis 1988, plusieurs changements, notamment au niveau des lois et des règlements.

⁹ BENISSAD H. : « la réforme économique en Algérie ou indicible ajustement structurel », OPU, Alger, 1991, p75.

1-3-1 Les principales réformes de libéralisation du commerce extérieur en Algérie

Une nouvelle approche a été introduite dans le cadre des nouvelles réformes économiques ; cette approche consacre la libéralisation progressive du CE qui se traduit par un assouplissement des conditions d'encours et le libre accès au CE.

A. Les étapes de la libéralisation du commerce extérieur

Le commerce extérieur algérien a connu trois étapes de libéralisations :

A/1) Première étape : la libéralisation sans convertibilité

La libre importation, pour l'approvisionnement du marché intérieur Algérien, est ouverte aux opérateurs nationaux et étrangers admis à s'installer en Algérie. Le règlement en devises des importations est directement à leurs charges. Il s'effectue par débit du compte devises qu'ils devront obligatoirement ouvrir auprès d'une banque algérienne.

Ces conditions ; en contrepartie ; ont des avantages conséquents¹⁰ :

- Le droit de vendre sur le marché intérieur algérien,
- La possibilité de bénéficier, au moins à titre transitoire d'une variable position de monopole, cette libéralisation est adoptée en Aout-septembre 1990.

A/2) Deuxième étape : la convertibilité restrictive

Elle est engagée en avril 1995, par une institution de la banque CENTRALE d'Algérie (BCA), qui en fixe les règles d'accession, elle repose sur une restriction de la demande de devises, qui est réservé aux opérateurs qui remplissent les 3 conditions suivantes :

- La solvabilité de l'importation, dont l'appréciation est de ressort de sa banque domiciliaire ;
- La possibilité de mobiliser l'effet extérieur en accord dédiât au moine en part avec la banque ;
- Les crédits doivent répondre à des conditions de durée déterminée ;
- Pour les importations dont le montant est inférieur à un seul plafond, seul le paiement cash est toléré.

¹⁰ BENISSAD H. opcit, p76-77.

A/3) Troisième étape : Convertibilité commerciale

Assurée par la banque d'Algérie, sans obligation pour l'importateur de trouver lui-même le financement extérieur. Il est à souligner que la convertibilité commerciale a été rendue possible grâce à une importante mobilisation des crédits extérieurs, qui a été précédé par une forte dévaluation de dinar, qui assure une compression de la demande potentielle de devises.

Toutefois, il ne s'agit pas encore d'une libre convertibilité commerciale, à la fois automatique et immédiate, l'achat de devises contre les dinars doit faire l'objet d'une demande par l'exportateur. Cette convertibilité n'est immédiate que pour certains paquets de produits, comme le médicament ou certains biens alimentaires. Il s'agit donc d'une convertibilité partielle.

Une autre formule d'accès de la convertibilité a été prévue, celle de l'achat à terme de devise, cette formule repose sur le décaissement à terme de devises contre le décaissement de dinars immédiat au moins en partie 20%¹¹.

B. Processus de libéralisation du commerce extérieur

Dès 1987, l'Algérie a engagé des mesures d'ajustement structurel, à travers la dépréciation rampante du dinar, la libéralisation relative aux prix, abondons des subventions pour certaines produits. Ces mesures ont été mises en œuvre avec l'objectif d'éviter le rééchelonnement et d'échapper aux conditions classiques des institutions financiers internationales (notamment le FMI).

Depuis 1992, les opérateurs du CE sont de droits totalement libéralisés. Car toute personne physique ou morale, publique ou privée, régulièrement inscrite au registre du commerce, en vertu de décret exécutif n° 91-37 du 13/02/1991 toujours en vigueur, sans aucune autorisation administrative préalable, peut procéder à des opérations d'importation et d'exportation.

La quasi-totalité des contrôles administratifs formels et préalables, pour l'accès à l'opération du CE, ont été supprimés.

En 1994, au moment du lancement de son programme de réformes économiques sociales sous l'exode du (FMI), l'Etat algérien se trouvait devant le défi de réaliser la cohésion sociale et d'assurer le succès de dialogue politique¹².

En appui à la stabilisation, il y a eu la mise en place des réformes structurelles vers l'intégration de mécanisme de marche, à savoir la libéralisation du CE, la libéralisation du système de détermination

¹¹ Information tirés du site : www.algerie-eco.com consulté le 20/04/2017 à 14 :45.

¹² Tiré du site : www.minicommerce.gov.dz. Consulté le 25/03/2017 à 20 :00.

Chapitre II : Le commerce extérieur en Algérie : Evolution et politique de diversification

des prix d'un certain nombre de produits énergétiques, l'atteinte de taux d'intérêt réels positifs, l'amélioration des résultats du budget et trésor.

Le programme devait s'appuyer sur l'amorce d'une réorganisation du système de protection sociale, y compris le rééchelonnement de la dette extérieure.

Après de nombreuses négociations avec le FMI et les clubs créanciers de l'Algérie (club de Paris¹³, club de Londres¹⁴) le gouvernement algérien a fini par signer un accord stand-by¹⁵ avec le FMI en avril 1994.

Celui-ci prévoit le rééchelonnement de la dette extérieure, solution refusée depuis les dix ans qui ont précédé cette dette. La signature de cet accord a eu pour conséquence l'application d'un programme d'ajustement structurel négocié avec le FMI, ce programme porte sur les mesures suivantes :¹⁶

- La libéralisation du CE ;
- Les prix intérieurs et les subventions ;
- Les investissements étrangers ;

L'Algérie s'est engagée, en 1996, dans une démarche d'adhésion à l'OMC, qui s'est traduite par le dépôt auprès de l'institution d'un mémorandum sur le CE dès juin 1996. L'adhésion à l'OMC permettra à l'Algérie de :

- Accroître ces opportunités commerciales ;
- Poursuivre les objectifs de politique de développement ;
- Renforcer la sécurité de ses relations commerciales.

Le vaste mouvement de libéralisation du CE engagé en 1995, s'est poursuivi au cours de l'année 1995, et a été marqué par la volonté de la part des autorités algériennes de dynamiser les exportations hors hydrocarbures.

En 1998, la réglementation a autorisé à l'exportateur à domicilier 50% du produit des exportations dans un compte devise, dont 10% de cette valeur est utilisée librement par l'opérateur. (Instruction n°003/98 du 21/05/1998)¹⁷.

¹³ Club de Paris : à réunis tous les créanciers public de l'Algérie, il est appelé ainsi parce que le secrétariat et le président du club sont assurés par le trésor français.

¹⁴ Club de Londres : ce sont les banques chef de file qui négocie pour un consortium constitué parfois de 100 établissements.

¹⁵ Stand-by : est un programme de stabilisation, dévaluation du dinars et rééchelonnement de la dette extérieure.

¹⁶ GUENDOUZI.B : «information commerciale, facteur de promotion du commerce extérieur» mémoire de magistère, en Sciences Economiques, université, Mouloud Mammeri, tizi ousou, 2005, p : 4.

Chapitre II : Le commerce extérieur en Algérie : Evolution et politique de diversification

Des textes régissant le CE ont été modifiés tels que :

- La loi 90-10 du 14/04/1990, relative à la monnaie et au crédit modifiée et complétée par l'ordonnance 03-11 du 16/08/2003 ;
- La loi 01-18 du 12/09/2001 relative à l'orientation pour la promotion de la petite et moyenne entreprise ;
- L'ordonnance 01-03 du 20/08/2001, relative au développement de l'Investissement.

2- Le commerce extérieur algérien en quelques chiffres

Depuis l'année 1963 à nos jours, les réalisations des opérations d'importations et d'exportations ont connu une évolution, dans cette sous section on va présenter l'évolution du commerce extérieur en Algérie depuis l'indépendance.

Tableau n° 1 : Evolution du commerce extérieur de l'Algérie de 1963-1973

Valeur en million USD

	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973
Importations	586	704	672	640	680	816	1010	1259	1228	1491	2241
Exportations	732	728	642	623	725	931	935	1010	857	1304	1889
Balance Commerciale	147	24	-30	-17	45	15	-75	-248	-371	-187	-353

Source : www.douane.gove.dz. Consulté le 20/04/2017 à 17 :05.

Le tableau ci-dessus représente l'évolution du commerce extérieur de l'Algérie qui s'étale sur dix années (1963-1973), où les opérations du commerce extérieur de l'Algérie (Importations et Exportations) ont enregistré une évolution annuelle relativement lente accusant parfois des baisses insignifiantes, qui est le résultat de certains nombre de bouleversement politique et économique, le système planifié administré par le gouvernement a fait protéger la production nationale par l'intervention de l'Etat dans le commerce extérieur.

¹⁷ BENHENDA.N. opcit, p 12.

Chapitre II : Le commerce extérieur en Algérie : Evolution et politique de diversification

Tableau n° 2 : Evolution du commerce extérieur de l'Algérie de 1974-1984

Valeur en million USD

	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
Importation	4024	5993	5318	7102	8675	8410	10552	11259	10743	10415	10292
Exportation	4259	4292	4977	5805	6117	9873	15613	13283	11481	11183	11869
Balance Commercia	235	-1702	-341	-1297	-2558	1463	5061	2024	738	768	1577

Source : www.douane.gove.dz. Consulté le 20/04/2017 à 17 :07.

Le deuxième tableau représente la période allant de (1974_1984), où le volume des échanges est nettement plus important que la première période, une évolution positive a été enregistrée entre (1974_1981), grâce à la révolution socialiste en 1971, suivi d'une baisse annuelle entre (1982-1984), les années 1980 ont connu la fermeture de toutes les représentations et bureaux de liaisons des entreprises et organismes algériens à l'étranger.

Tableau n° 3: Evolution du commerce extérieur de l'Algérie de 1985-1994

Valeur en million USD

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Importation	9840	9213	7056	7323	9208	9684	7681	8406	8788	9365
Exportation	10145	7820	8233	8104	8968	11304	12101	10837	10091	8340
Balance Commercia	305	-1393	1177	781	-240	1620	4420	2431	1303	-1025

Source : www.douane.gove.dz. Consulté le 20/04/2017 à 17 :09.

Le troisième tableau représente l'évolution des échanges pour la période allant de 1985 au 1994, où le niveau des échanges a connu une baisse pendant les années 1985-1989 suite à l'effondrement des cours de pétrole. Après 1988, les échanges ont enregistré une hausse notamment à partir de 1992, ceci est expliqué par l'augmentation des prix du pétrole, et le lancement des réformes structurelles.

Chapitre II : Le commerce extérieur en Algérie : Evolution et politique de diversification

Tableau n°4: Evolution du commerce extérieur de l'Algérie période 1995-2006

Valeur en millions USD

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Importation	10761	9098	8687	9403	9164	9173	9940	12009	13533	18294	20352	21456
Exportation	10240	13375	13889	10213	12522	22031	19132	18825	24611	32148	46002	54613
Balance Commerciale	-521	4277	5202	810	3358	12858	9192	6816	11078	13855	25649	33157

Source : www.douane.gove.dz. Consulté le 20/04/2017 à 17 :15

La quatrième période (1995_2006) a été marquée par une forte augmentation des opérations d'importations et d'exportations particulièrement à partir de l'année 2004.

Cette évolution s'explique, en partie, par la libéralisation effective du commerce extérieur à partir de l'année 1995 et par la mise en œuvre de plusieurs programmes de relance économique.

Tableau n°5 : L'évolution des échanges commerciaux de l'Algérie période 2007-2016

Valeur : millions USD

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Importation	27631	39479	39294	40473	46247	47490	55028	58580	51501	46727
Exportation	60163	79298	45194	57053	73489	71866	64974	62886	37787	28883
Balance Commerciale	32532	39819	5900	16580	27242	24376	9946	4306	-13714	-17844

Source : élaboré par nous-mêmes à partir des données internes de la direction statistique d'ALGEX 2017.

Le tableau N°5 nous montre une vision générale de l'évolution des exportations et des importations, et aussi les soldes de la balance commerciale algérienne, pour la période 2007 jusqu'à l'année 2016, nous allons procéder à l'analyse de chaque variable de ce tableau, dans les points qui suivent :

A/L'évolution des exportations algériennes (2007-2016)

Les exportations, en Algérie, pour la période allant de 2007-2008, ont connu une augmentation remarquable, en passant d'un montant de 60 milliards de dollars à plus de 79 milliards de dollars. Cette augmentation est due à la hausse du prix du baril du pétrole qui passe de 27.96 \$ en 2003 à 91.48 \$ en 2008.

Chapitre II : Le commerce extérieur en Algérie : Evolution et politique de diversification

Une chute libre des exportations apparaît, en 2009 (45 milliards de dollars), et ce suite à la baisse du prix du baril de pétrole (53.48 \$), cette chute est le résultat de la crise financière qui a touché les pays, notamment européens, ces derniers sont les principaux clients de l'Algérie, que ce soit pour les produits hydrocarbures ou bien les produits hors hydrocarbures.

Une hausse a été enregistrée pour une période très courte de 2010 à 2011, avant que nos exportations continuent leur tendance baissière de 2012 à 2016, cette tendance est expliquée principalement, par la chute de la demande mondiale de brut et plus particulièrement la demande de la première économie mondiale en l'occurrence : les Etats Unis.

B/ L'Évolution des importations en Algérie (2007-2016)

Les importations algériennes ont connu une augmentation très importante durant la période dans 2003-2008 (la valeur de 18 milliards de dollars en 2005, et plus de 39 milliards de dollars en 2008), qui se traduit par les progrès notables du pouvoir d'achat des consommateurs.

En 2009, suite à la crise mondiale des immobiliers, le niveau des importations commence à baisser légèrement, mais à partir de 2010, les importations algériennes ont repris le rythme croissant en arrivant à un pic de 55 milliards de dollars en 2014, justifié par la chute des cours des hydrocarbures et le déséquilibre de la balance commerciale, à cet effet le gouvernement a limité les importations, par la mise en place des politiques et barrières à l'importation.

Durant la période 2015-2016, une baisse significative a été enregistrée à cause de la nouvelle conjoncture de diminution des importations menée après la baisse de la principale source de financement des importations, à savoir les recettes des hydrocarbures.

C/L'évolution de la balance commerciale

La balance commerciale algérienne a demeuré excédentaire pour toute la période de 2003 à 2014. Une diminution du montant de l'excédent, en 2009, a été enregistrée, à cause de la crise financière, après avoir atteint un excédent très important en 2008 (près de 40 milliards de dollars).

A partir de 2010, la balance commerciale algérienne a repris sa tendance haussière, mais cette fois avec un rythme moins rapide, en arrivant à un sommet de 26 milliards de dollars en 2011. Concernant la période 2012-2014, l'excédent de la balance commerciale a connu une tendance baissière, à cause de la diminution des exportations pour les raisons mentionnées auparavant.

La période 2015-2016, ou plus précisément dès le quatrième trimestre de 2014, la balance commerciale algérienne a enregistré et pour la première fois depuis 1995, un déficit budgétaire, cette

Chapitre II : Le commerce extérieur en Algérie : Evolution et politique de diversification

perte est due essentiellement à la chute libre du prix du baril de pétrole, qui est arrivé à un montant de 23\$ en 2016.

3- L'évolution des exportations hors hydrocarbures

Face à la crise de la chute des prix des hydrocarbures qui a déséquilibré les comptes extérieurs en 1986, l'Algérie a changé sa politique en passant d'une situation du monopole absolue vers une libéralisation des échanges extérieurs en 1990.

Dans cette sous-section nous essayerons d'expliquer l'évolution des exportations algériennes hors hydrocarbures pour la période 1986-2016.

Tableau n°6 : Evolution des exportations hors hydrocarbures 1986-1995

Valeur : millions USD

Les Années	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Les EX HH	198	214	420	396	410	368	524	489	370	533

Source : données internes de la direction statistique d'ALGEX année 2017.

Le tableau n°6 représente l'évolution des exportations hors hydrocarbures pour la période 1986 jusqu'à l'année 1995.

La période 1986-1988 est caractérisée par une augmentation des exportations, qui a atteint un niveau de 420 millions de dollars, qui est le résultat de l'augmentation des prix du pétrole, car plus de 60% des exportations hors hydrocarbures proviennent de dérivés de produits pétroliers.

La période 1990-1995, est caractérisée par une croissance des exportations et parfois par une diminution, qui est le résultat de la crise de la dette algérienne à la fin de l'année 1993, et l'émergence d'une certaine forme de libéralisation du commerce extérieur, même si le monopole de l'Etat n'avait pas tout à fait disparu.

Tableau n°7 : Evolution des exportations hors hydrocarbures 1996-2006

Valeur : millions USD

Les Années	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Les EX HH	882	504	379	439	601	664	744	672.61	758.76	907.24	1157.63

Source : données internes de la direction statistique d'ALGEX année 2017.

Le tableau ci-dessus présente l'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie, pour la période de 1996-2006

Chapitre II : Le commerce extérieur en Algérie : Evolution et politique de diversification

En 1996, les exportations hors hydrocarbures ont atteint un niveau record de 882 millions de dollars avant d'entamer une baisse en 1997 à 504 millions de dollars, cette tendance à la baisse se poursuit en 1998, avec un total exporté de 358 millions de dollars, en raison du non remboursement de la dette publique par l'exportation de produits locaux.

La période 1998-2002 est caractérisée par une croissance des exportations, qui ont enregistré une valeur de 439 millions de dollars en 1999 contre 744 millions de dollars en 2002, ceci est le résultat de l'augmentation des cours du pétrole. Et l'augmentation des exportations des dérivés de produit pétrolier qui prend la plus grande part de nos exportations HH.

Les exportations HH ont connu une diminution pour la période allant de 2003 à 2005, l'Algérie a exporté une valeur de 672 millions de dollars en 2003.

En 2005, les exportations hors hydrocarbures ont représenté 1.26% du volume global des exportations soit l'équivalent de 907 millions de dollars, elles ont enregistré une hausse de 19.65% par rapport à l'année 2004.

Tableau n°8 : Evolution des exportations hors hydrocarbures 2007-2016

Valeur : millions USD

Les Années	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Les EX HH	1332	1936.96	1066	1526	2062	2062	2014	2558	2063	1781

Source : données internes de la direction statistique d'ALGEX année 2017.

Le tableau N°8, présente l'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie, pour la période de 2007-2016.

A partir de l'année 2006 jusqu'à 2008, les exportations hors hydrocarbures ont connu une forte croissance passent de 1.157 milliards de dollars en 2006 à 1.936 milliards de dollars en 2008 en constituant 2.69 % du volume global des exportations, qui est le résultat de la volonté de promouvoir les exportations hors hydrocarbures, par la mise en place de plusieurs dispositifs politiques de promotions d'exportation du commerce extérieur. (Que nous allons traiter dans la deuxième section).

L'année 2009 est marquée par une diminution des exportations hors hydrocarbures, qui est le résultat de la crise financière internationale. Ces exportations HH ont représenté une part de 2.9%, soit une valeur de près de 2 milliards dollars en 2012. Ces exportations ont connu une stabilité par rapport à l'année précédente.

Chapitre II : Le commerce extérieur en Algérie : Evolution et politique de diversification

La période 2014-2015 a marqué une diminution des exportations hors hydrocarbures, cette situation est due essentiellement à l'effet de la chute des prix du pétrole.

L'Algérie à traversé depuis son indépendance deux périodes historiques sur le plan économique, nous somme passés à la fin des années 80 d'une période socialiste, d'économie dirigée à une économie plus libérale.

Selon les données internes de la direction statistiques d'ALGEX, l'Algérie a exporté en moyenne hors pétrole et gaz 775 millions de dollars par an, sur la période s'étalant de 1990 à 2008, en effet l'analyse de l'évolution des exportations hors hydrocarbures, de 1990 à nos jour est caractérisée par trois principales phases, la première phase commence de 1990 jusqu'à 1996, où les exportations HH ont enregistré une faible croissance qui est le résultat de la dette algérienne, et l'intervention de 'Etat sur les exportations qui n'a pas tout à fait disparu.

La seconde phase commence en 1997, ou on a enregistré une stagnation des exportations aux alentours de 500 millions de dollars en moyenne par an, qui est le résultat du non remboursement de la dette publique. La troisième phase débute avec le premier plan de relance économique de 2001 à nos jour, caractérisée par les taux de croissance des exportations HH, plutôt significatifs mais qui restent insuffisantes qui est le résultat d'augmentation des cours du pétrole.

En 2006, l'Algérie a franchi le seuil de un milliard de dollar comme résultat des exportations HH, en 2007 les exportations HH restent marginales à hauteur de 2,2% mais en croissance de 11% par rapport à 2006 et de 50% par rapport à 2005.

D'après ces données ces dernières ont enregistré une augmentation de plus de 42% en 2008 par rapport à l'année 2007, et elles ont atteint 1,6 MUSD en 2009 ; en effet en 2010, elles ont enregistré une augmentation de l'ordre de 52% par rapport à l'année précédente.

Les exportations HH en 2012 demeurent marginales avec moins de 3% du volume global des exportations, et reste toujours marginales en 2013. Enfin, les exportations HH sont marquées par une diminution à partir de l'année 2014 à nos jours, cette situation est due essentiellement à l'effet de la chute des prix du pétrole. Et comme la plus de 60% de nos recettes d'exportations hors hydrocarbures proviennent des dérivés des produits pétroliers donc ces derniers suivent la tendance.

3-1 Les exportations hors hydrocarbures par groupes d'utilisations en 2016

L'essentiel des produits algériens exportés hors hydrocarbures sont composés des demi-produits et des biens alimentaires, des biens d'équipements industriels et des biens de consommation non alimentaires.

Tableau n°9 : Les exportations hors hydrocarbures par groupes d'utilisations 2016

Valeur en Millions

L'Exportation	Dinars	Dollars	Structure (%)	Evolution (%)
Alimentaire	35 780	327	1.13	39.15
Produits Bruts	9 204	84	0.29	-17.12
Demi-produits	142 176	1 299	4.50	-18.66
Biens d'Equipements Industriels	5827	53	0.18	178.95
Biens de Consommation (non-alimentaires)	1979	18	0.06	63.64
Energie & Lubrifiants	2 966 373	27 102	93.84	-17.12
Bien d'Equipements Agricole	5	-	-	-

Source : www.douane.gov.dz consulté le 14/04/2017 à 20 :45.

Seulement 4% des exportations algériennes sont des ventes hors-hydrocarbures, les produits principaux exportés en 2016, sont composés essentiellement du groupe énergie & lubrifiant avec une valeur de 27 102 millions de dollars, et le groupe des demi-produits soit avec une valeur de 1299 millions de dollars. Les exportations des produits alimentaires qui constituent une part de 1.13% du totale des exportations hors hydrocarbures, ont atteint la valeur de 327 millions de dollars en 2016, les produits bruts, quant à eux, n'ont pas dépassé la valeur de 84 millions de dollars.

Une valeur de 71 millions de dollars est répartie entre les exportations des biens d'équipements industriels et les biens de consommation non alimentaires.

Les exportations des produits agricoles restent très marginales avec seulement une valeur de 5 millions de dinars en 2016

D'après les chiffres exposés précédemment, nous constatons que l'Algérie demeure un pays mono-exportateur d'hydrocarbures, cette situation fait que la structure de l'économie algérienne reste étroitement dépendante du prix mondial du pétrole, en d'autres termes toute la sphère de l'économie algérienne est soumise à l'aléa des marchés pétroliers et gaziers.

Section 2 : Les acteurs publics de promotion des exportations hors hydrocarbures

L'Algérie a mis en place plusieurs dispositifs, dans le cadre de sa politique commerciale. Ces derniers, ont non seulement pour objectif ultime la promotion du commerce extérieur algérien, mais également d'asseoir une réelle politique de soutien aux exportations H.H. Véritable défi qu'il faut relever, en offrant aux entreprises nationales un meilleur accompagnement dans leur processus d'exportation.

Il existe différents organismes publics intervenant dans la mise en œuvre de la politique de promotion aux exportations hors hydrocarbures à savoir :

2-1 L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)

Algex est créée par le décret exécutif n°04-174 du 12/06/2004, c'est un établissement public sous la tutelle du ministère du commerce. Instituée pour remplacer l'Office de promotion des exportations (PROMEX) qui est créée par le décret exécutif n°96-234 du 1/10/1996, et dont les missions se limitaient à l'information commerciale et au conseil ainsi que le soutien à apporter aux entreprises, à tous les stades de leur démarche internationale.

Ainsi, dans le cadre de la politique nationale de promotion du commerce extérieur, l'Agence est chargée¹⁸ :

- D'assurer la gestion des instruments de promotion des exportations hors hydrocarbures ;
- D'assurer une gestion dynamique du réseau national d'information commerciale ;
- D'alimenter les entreprises algériennes en informations commerciales et économiques sur les marchés extérieurs ;
- De soutenir les efforts des entreprises algériennes sur les marchés extérieurs ;

¹⁸ Informations tirées du site : <https://www.commerce.gov.dz/agence-nationale-de-la-promotion-du-commerce-exterieur-algex>. Consulté le 21/04/2017 à 12 :03.

- De préparer, d'organiser et d'assister les entreprises algériennes dans les foires et manifestations économiques à l'étranger ;
- De faciliter aux entreprises algériennes l'accès aux marchés extérieurs ;
- D'animer les missions de prospection et d'expansion commerciales ;
- D'assister les opérateurs algériens dans la concrétisation des relations d'affaires avec leurs partenaires étrangers.

La diffusion de l'information se fait à travers les différents moyens mis en place par l'agence, pour répondre aux besoins des opérateurs. Le guichet *Dar El Moussadar* créé en 2008¹⁹ est un espace approprié pour l'information commerciale, le conseil et l'orientation, ainsi que pour les contacts entre les différents acteurs du processus de l'exportation.

2-2 La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX)

La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX-SPA) est une entreprise publique issue de la dénomination de l'Office National des Foires et Expositions (ONAFEX), créé en 1971.

Le cadre de ces missions statutaires, la SAFEX exerce ses activités dans les domaines suivants :²⁰

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

En ce qui concerne les prestations, la SAFEX dispose :

¹⁹ GUNDOUZI.B Op.cit, p 34.

²⁰ Informations tirées du site de la société algérienne des foires et des expositions : www.safex-algerie.com consulté le 09/02/2017 à 19 :45

- D'un centre de l'exposant qui regroupe des différents services indispensables. Ce centre accompagne les exposants à chaque étape de leur participation. Les services sont disponibles au guichet unique ainsi qu'auprès des services d'intervenants plus ;
- D'un palais des expositions qui est doté de salles appropriées pour les cérémonies, les conférences et les séminaires ;
- D'un dispositif d'assistance qui a été mis en place afin de répondre à toutes doléances de la part des exposants et qui inclut le dispositif de proximité et le dispositif de veille technique ;
- D'un dispositif de contrôle et de sécurité «à l'occasion des manifestations commerciales, la SAFEX déploie un important personnel de contrôle et de sécurité chargé de veiller à la tranquillité des exposants et des visiteurs ».

2-3 La compagnie algérienne d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX)

L'article 4 de l'Ordonnance 96/06 du 10/01/1996 stipule que l'Assurance-crédit à l'exportation est confiée à une société chargée d'assurer²¹ :

1/ Pour son propre compte est sous le contrôle de l'Etat, les risques commerciaux ;

2/ Pour le compte de l'Etat et son contrôle, les risques politiques, les risques de non transfert et les risques de catastrophe.

C'est en exécution des dispositions de cet article que la compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations a été créée en la forme d'une EPE/SPA, dotée d'un capital de 200.000.000 DA réparti, à parts égales, entre ses actionnaires (cinq banques et cinq compagnies d'Assurances).

La CAGEX assure la gestion des risques commerciaux, politiques de catastrophe, et de non transfert dans les conditions fixées par l'ordonnance précitée et la loi de finances 1996 (article 195) et propose aux exportateurs algériens trois formules de garanties : l'assurance globale, l'assurance individuelle et l'assurance prospection, foires et exposition.

2-4 La chambre algérienne de commerce d'industrie (CACI)

La chambre algérienne de commerce et d'industrie a été créée suite au décret 96-94 du 03 mars 1996. Elle a plusieurs missions²² :

²¹ La revue de la Direction Commerciale CAGEX, l'assurance crédit et financement à l'export l'apport de la CAGEX dans la promotion des exportations et au développement du marché local, P,1, année 2008.

²² Tiré du site : www.caci.dz, consulté le 25/04/2017 à 20 :45.

- Fournir aux pouvoirs publics, sur leur demande ou de sa propre initiative, les avis, les suggestions et les recommandations sur les questions et les préoccupations intéressant directement ou indirectement, au plant national, les secteurs du commerce, de l'industrie et des services ;
- Organiser la concertation entre ses adhérents et recueillir leur point de vue sur les textes que lui soumettrait l'administration pour examen et avis ;
- Effectue la synthèse des avis, recommandations et propositions adoptés par les chambres de commerce et d'industrie et de favoriser l'harmonisation de leurs programmes et de leurs moyens ;
- D'assurer la représentation de ses chambres auprès des pouvoirs publics et de désigner des représentants auprès des instances nationales de concertation et de consultation ;
- D'entreprendre toute action visant la promotion et le développement des différents secteurs de l'économie nationale et leur expansion notamment en direction des marchés extérieurs ;
- D'émettre, viser ou certifier tout document, attestation ou formulaire présentés ou demandés par les agents économiques et destinés à être utilisés principalement a l'étranger ;
- commerciaux avec l'extérieur ;
- De proposer toute mesure tendant à faciliter et à promouvoir les opérations d'exportations des produits et services nationaux ;
- D'organiser ou de participer à l'organisation de toutes rencontres et manifestations économiques en Algérie et à l'étranger notamment, les foires, les salons, les colloques, ainsi que les journées d'études et les missions commerciales visant la promotion et le développement des activités économiques nationales et des échanges commerciaux avec l'extérieur.

1-5 L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL)

Créée le 10 juin 2001, l'ANEXAL, est une association régie par la loi n°90/31 du 24 décembre 1990 ainsi que par ses statuts particuliers²³.

L'Anexal a pour principaux objectifs :

- Rassembler et fédérer les exportateurs algériens ;
- Défendre leurs intérêts matériels et moraux ;
- Participer à la définition d'une stratégie de promotion des exportations ;

²³ Tiré du site web : <http://cabinet-relex.com/fr/2017/05/20/association-nationale-des-exportateurs-algeriens-anexal/> ;le 27/04/2017 à 22 :05.

- Assister et sensibiliser les opérateurs économiques ;
- Promouvoir la recherche du partenariat à travers les réseaux d'informations ;
- Animer les programmes de formation aux techniques des exportations ;
- Organiser et participer aux salons spécifique et manifestations économiques en Algérie et à l'étranger ;
- La participation a la mise à niveau de l'outil de production en vue de développer la capacité d'exportation par notamment la recherche de meilleures solutions logistiques ;
- Promouvoir l'échange d'expérience entre les adhérents.

L'Anexal a signé plusieurs protocoles de partenariats, signature d'un protocole de partenariat le 07 mai 2003 avec le North Africa Entreprise développement (NAED), qui est un programme d'appui initié et géré par la Société Financière Internationale (SFI) filiale du groupe mondiale. Les objectifs de ce partenariat peuvent être résumés comme suit :²⁴

- Renforcement des capacités organisationnelles et managériales de l'Anexal ;
- Diagnostique des besoins et attentes des exportateurs ;
- Etudes des potentialités de placement des produits nationaux sur les marchés étrangers ;
- Diagnostique de l'environnement juridique et réglementaire ainsi que les différents dispositifs d'appuis et intervenants dans l'exportation en Algérie.

L'anexal a signé aussi des protocoles de partenariats avec les pays voisins (le Maroc et la Tunisie). pour une durée de trois ans renouvelables, et ces partenariats ont pour objectifs :

- L'aide à l'information et à l'accueil dans le cadre de missions organisées conjointement ;
- L'Organisation des séminaires conjoints et l'échange d'experts ;
- L'Echange d'informations économiques et commerciales favorisant les relations entre les deux pays ;
- Promotion de partenariat commercial et industriel.

Il est à signaler que l'Anexal est aussi depuis mars 2004 en partenariat avec le Programme Européen Euro Développement PME (EDPME). Ce partenariat a pour principal objectif la réalisation d'un guide de l'exportateur destiné aux opérateurs économiques candidats à l'exportation ou déjà exportateurs.

²⁴ Tiré du site web : <http://cabinet-relex.com/fr/2017/05/20/association-nationale-des-exportateurs-algeriens-anexal/> ; le 27/04/2017 à 22 :30.

A coté de ces différents organismes (mesures institutionnelles), d'autres mesures d'encouragement des exportations hors hydrocarbures ont été mise en place.

1- Les mesures incitatives et facilitations pour la promotion des exportations hors hydrocarbures

Nous allons, dans les points qui suivent exposer les mesures incitatives accordées par l'Etat aux entreprises exportatrices, dans le cadre de la politique nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures.

2-1 Les principaux avantages fiscaux

Les incitations fiscales se résument ainsi :

2-1-1 Exonération en matière d'impôt direct : ces exonérations comprennent essentiellement :

- Exonération permanent de l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS) et suppression de la condition de réinvestissement de leur bénéfice ou leurs revenus pour les opérations de vente et les services destinés à l'exportation²⁵.
- Exclusion de la base imposable de la taxe sur le chiffre d'affaires (TAP) du CA réalisé à l'exportation.
- Suppression du versement forfaitaire (VA), cette exonération s'applique au prorata du CA réalisé à l'exportation.

2-1-2 Exonération en matière de taxe sur le chiffre d'affaires : celles-ci comprennent :

- Exemption de la TVA pour les affaires de vente et de façon portant sur les marchandises exportées, sous certaines conditions.
- Restitution de la TVA pour les opérations d'exportation de marchandises, de travaux, de services ou de livraison de produits pour lesquels la franchise à l'achat est autorisée par l'article 42 du code de TVA.

2-2 Les avantages douaniers suspensifs à l'exportation :

Dans l'intérêt de promouvoir les exportations hors hydrocarbures, les régimes économiques douaniers accordent aux entreprises qui transforment des produits des avantages, en bénéficiant de suspension de droits et taxes.

Ces régimes sont fixés par la législation algérienne dans le cadre de la loi n° 79-07 du 21/07/1979. Puis cette loi à été modifiée et complétée par la loi n° 98-10 du 22 aout 1998 portant code des douanes, chapitre 7. Ces régimes comprennent²⁶ :

²⁵ Les informations tirées du site : http://www.elmouwatin.dz/IMG/article_PDF/article_a5292.pdf, consulté le 26/04/2017 à 23 :24

²⁶ Ministère du commerce, direction de la promotion des exportations, «recueil relatif aux avantages et facilitation accordés aux exportateurs hors hydrocarbures», avril 2007,p :5.

2-2-1 L'entrepôt des douanes : les articles de 129 à 164 du code des douanes. L'entrepôt des douanes est un régime douanier qui permet l'emmagasinage des marchandises sous contrôle douanier dans les locaux agréés par l'administration des douanes en suspension des droits et taxes et des mesures de prohibition à caractère économique.

2-2-2 Admission temporaire : les modalités et conditions d'application de l'admission temporaire pour le perfectionnement actif à l'exportation en l'état, sont précisées dans les décisions du directeur général des douanes n° 04 et n° 16 du 03 février 1999.

2-2-3 réapprovisionnement en franchise : est un régime douanier qui permet d'importer, en franchise des droits et taxes à l'importation, les marchandises équivalentes par leur espèce, leur qualité et leur caractéristiques techniques à celle qui prises sur le marché intérieur, ont été utilisées pour obtenir des produits préalablement exportés à titre définitif.

2-2-4 exportation temporaire : est un régime douanier qui permet l'exportation temporaire, sans application des mesures de prohibition à caractère économique et dans un but défini, de marchandises destinées à être réimportées dans un délai déterminé soit en l'état ou après avoir subi une transformation, une ouvraison, un complément de main d'œuvre ou une réparation.

Le carnet ATA étant un doucement douanier qui permet l'exportation temporaire de marchandises (matériel professionnel, échantillons, équipement sportif, ...etc.)

2-2-5 Le control des changes : des avantages en matière de délai de transfert des recettes d'exportation et de rétrocession des montants d'exportation en devises ont été accordés aux exportateurs algériens. Accordés par la législation bancaire.

2-3 Facilitation financières :

L'appui financier de l'Etat en matière de promotion des exportations hors hydrocarbures réside principalement dans la mise en place des structures suivantes :

2-3-1 Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE) :

Initié par la loi de finance en 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, à travers différentes rubriques au titre de :²⁷

- la prise en charge d'une partie des couts liés à l'étude des marchés extérieurs, et à l'étude pour l'amélioration de la qualité ;
- La participation aux foires et expositions à l'étranger ;
- Des frais de transport à l'exportation ;
- L'élaboration du diagnostic export et la création de cellules export interne ;
- La mise en œuvre de programme de formation aux métiers de l'exportation.

²⁷ http://www.algex.dz/index.php/export_algex/item/709-fspe consulté le 30/04/2017 à 23 :21.

L'aide de l'Etat par la baisse du FSPE est octroyée à toute entreprise résidente productrice de biens ou services, et à tout commerçant régulièrement inscrit au registre de commerce œuvrant dans le domaine de l'exportation.

Le FSPE n'accorde l'aide que pour les exportateurs qui réalisent un chiffre d'affaire à l'export ne dépassant pas 10 millions de dollars, et ce, dans le but d'orienter davantage ces aides vers les entreprises débutantes.

Le montant de l'aide accordé est fixé par le ministre du commerce selon des pourcentages déterminés à l'avance, en fonction des ressources disponibles.

2-3-2 Le fond national de régulation et de développement agricole (FNRDA) :

Initié par la loi de finance en 2000, il est destiné à apporter un soutien financier à tout exportateur intervenant dans le domaine de l'exportation de dattes. Ce soutien concerne²⁸ :

La prise en charge partielle du taux d'intérêt du crédit d'exportation accordé par les banques algériennes à hauteur de 3% et ce, au titre du crédit consommé dans la limite du montant du chiffre d'affaire réalisé à l'exportation durant la même période.

2-4 Le circuit vert

Le circuit vert est une facilitation douanière qui est accordée depuis 2006, aux exportations des produits périssables : produits agricoles frais et produits de la pêche ; dont la contribution aux revenus de l'état reste minime. Elle se traduit par l'assouplissement du passage en douane de la marchandise, qui subit uniquement un contrôle documentaire. Appliquée sur les voies maritimes et aérien, cette facilitation permettra aux exportateurs « d'économiser leurs épargnant le contrôle de douanière en amont »²⁹.

2-5 Programme «OPTIMEXPORT», un programme pour l'Algérie exportatrice :

Le programme de renforcement des capacités commerciales des PME algériennes exportatrices a été lancé en 2007 a concerné l'accompagnement d'un groupe pilote de 40 entreprises (challengers), ainsi que la formation de formateurs et de conseillers à l'export pour former et assister les entreprises exportatrices algériennes³⁰.

2- Autres organismes publics

D'autres organismes rejoignent les précédents, afin de renforcer l'accompagnement des entreprises algériennes, sur les marchés étrangers, pour qu'elles soient effectivement capables de répondre à la

²⁸ <http://www.onsmaep.bj/> consulté le 1/05/2017 à 23 :08.

²⁹ <http://www.douane.gov.dz>. Consulté sur le site :

<http://www.douane.gov.dz/Reduction%20des%20delais%20de%20dedouanement.html> le 09/05/2017, à 18h.

³⁰ BEZTOUH.D : «Rôle de l'Etat dans la promotion et l'accompagnement des PME exportatrices en Algérie ». Université de Bejaia, 24 et 25 juin 2013.

demande étrangère, strictement exigeante. Pour se faire, la valorisation de la production de ces entreprises est nécessaire. En Algérie, c'est les structures ci-après qui veillent à la prise en charge de ce volet.

3-1 Le Centre Algérien de Contrôle de Qualité et de l'Emballage (CACQE)

Le CACQE est un organisme à vocation scientifique et technique, créé sous tutelle du ministre du commerce par décret exécutif n°89-147 du 08 Aout 1989 modifié et complété par le décret exécutif n° 318 du 30 septembre 2003. Ce centre a pour principal objectif ; la gestion du réseau de répression des fraudes.

Les principales missions du centre sont réparties en trois catégories³¹ :

- Analyse et contrôle de qualité ;
- Recherche et développement ;
- Formation et soutien aux PME/PMI.

3-2 L'institut Algérien de normalisation (IANOR)

L'institut Algérien de normalisation été érigé en établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) par décret exécutif n°98-69 du 21/02/1998 dans le cadre de la restructuration de l'INAPI (institut Algérien de normalisation et de propriété industrielle)³² il est sous tutelle du Ministère de l'industrie, de la Petit et Moyenne Entreprise et de la promotion de l'investissement. Il est chargé de :

- L'élaboration, la publication et la diffusion des normes algériennes ;
- La centralisation et la coordination de l'ensemble des travaux de normalisation entreprise par les structures existantes et celle qui seront créées à cet effet ;
- L'adoption de marques de conformité aux normes algériennes et de labels de qualité ainsi que la délivrance d'autorisation de l'utilisation de ces marques et le contrôle de leur usage dans le cadre de la législation en vigueur ;
- De la certification de travaux, recherches, essais en Algérie ou à l'étranger ainsi que l'aménagement d'installations d'essais nécessaires à l'établissement de normes et à la garantie de leur mise en application ;

³¹ Tiré du site : <https://www.gazettelabo.info/archives/publics/2007/12centre.htm>. Consulté le 1/05/2017 à 13 :15.

³² Tiré du site : http://www.ianor.dz./Site_IANOR/News.php?id=1, Consulté le 1/05/2017 à 16 :50.

L'institut Algérien de normalisation est le point d'information algérien sur les obstacles techniques au commerce (OTC) de l'Organisation Mondial du Commerce (OMC).

4 Les accords conclus par l'Algérie dans le cadre de sa politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures

La montée des accords régionaux des échanges fait ressortir le rôle de l'élargissement du marché des entreprises nationales. En effet, accéder aux nouveaux marchés permet aux entreprises d'optimiser leur production, en ciblant une demande plus importante. A cet égard, ces accords de libre-échange sont considérés comme l'un des principaux axes d'une politique publique de promotion des exportations. Ainsi, l'Algérie a passé plusieurs accords dans le cadre de ses actions en matière de soutien aux entreprises exportatrices.

Certains sont entrés en vigueur alors que d'autre demeurent toujours en cours de négociation.

4-1 L'Accord d'association de l'Algérie avec l'Union Européenne

L'Europe a depuis longtemps constitué le principal partenaire de l'Algérie en matière d'échange commerciaux. Afin de renforcer les relations entre les deux parties, celle-ci sont convenues à un accord qui remonte à 1995 et qui vise le renforcement de l'intégration régionale entre des ensembles malgré l'écart de niveau de développement qui les sépare.

L'accord est entré en vigueur le 1 septembre 2005 et devrait aboutir à la mise en place d'une zone de libre échange à l'horizon 2020, cet accord permet la création d'une zone de libre-échanges et intègre aussi les aspects économiques(volets commercial, coopération économique et financière ...), et les dimensions politiques, sociales et culturelles nécessaires pour un développement durable.

Les principaux de cet accord sont ³³:

- fournir un cadre approprié au dialogue politique permettant aux deux parties de coopérer dans tous les domaines qu'elles estimeront pertinent ;
- Développer les échanges et fixer les conditions de la libéralisation progressive des échanges de biens, de services, et de capitaux ;
- Favoriser les échanges humains notamment dans le cadre des procédures administratives ;
- Promouvoir la coopération dans les domaines économiques, sociaux, culturels et financiers.

³³ Ministère du commerce, direction de la promotion des exportations, «recueil relatif aux avantages et facilitations accordés aux exportations hors hydrocarbures », avril 2007, P ,10.

4-2 L'adhésion à la Grande Zone Arabe de Libre Echange (GZALE) :

La convention de facilitation et de développement des échanges commerciaux entre les Etats arabes a été mise en œuvre, le 1^{er} janvier 2009. Cette convention régissant les produits bénéficiant d'un régime tarifaire préférentiel au sein de la GZALE³⁴.

Cette convention et son programme exécutif prévoient l'établissement d'une zone Arabe de libre-échange entre les parties contractantes. Son objectif est de relancer le processus de l'intégration économique Arabe.

Les dispositions de la dite convention et son programme exécutif s'appliquent :

- aux produits originaires de cette zone pouvant être échangés sous un régime tarifaire préférentiel entre l'Algérie et les Etats Arabes.
- A l'exception : d'une liste des produits exclus des avantages fiscaux.

Les produits originaires des Etats Arabes, non exclus de la zone de libre échange qu'ils soient importés en Algérie ou exportés de l'Algérie vers un pays arabe, bénéficient d'une exonération totale des droits de douanes et taxes d'effets équivalant.

Les parties contractantes :

- Algérie -Tunisie - Maroc -Somalie -Egypte -Jordanie -Qatar -Libye
- Bahreïn - Koweït -Oman -Yémen - Soudan -Palestine -Iraq -Syrie -Liban
- Emirats Arabes Unis - Arabie Saoudite.

4-3 L'accord de Libre-échange avec la Jordanie :

La convention de coopération commerciale entre l'Algérie et la Jordanie a été signée le 19/05/1997, cette convention est entrée en vigueur le 03/01/1999 pour encourager l'échange, des marchandises entre les deux pays.³⁵

Le régime tarifaire applicable aux exportations algériennes vers la Jordanie est exonéré des droits de douane, des taxes et d'impôts. De même pour les produits d'origine jordanienne, à leur entrée en Algérie, sont exonérés des droits de douanes, à l'exception des produits cités dans le liste négative, afin de sauvegarder la morale, la sécurité et l'ordre publics, la santé des personnes ou la protection de la flore, de l'environnement.

Les produits d'origine algérienne exportés directement vers la Jordanie doivent être accompagnés d'un certificat d'origine, délivré par la chambre algérienne de commerce et d'industrie.

³⁴ ALGEX «impact de l'accord d'association sur les échanges de l'Algérie avec l'UE premier semestre 2010 », aout 2010, P, 13-14. www.algex.dz. Consulté le 20/04/2017 à 23 :45.

³⁵ <http://www.algex.dz> consulté le 30/04/2017 à 23 :45

4-4 Système Généralisé de Préférences Commerciales (SGP) avec les USA

Le système généralisé de préférences des USA applicable depuis 2004 vise essentiellement l'accès au marché américain en exonération des droits de douanes et permet ainsi aux produits algériens de mieux se positionner par rapport à la concurrence, en améliorant la compétitivité des entreprises³⁶.

Afin de renforcer les relations entre les deux pays les USA ont décidé de faire bénéficier l'Algérie de leur SGP, cela signifie que les producteurs algériens de certains produits peuvent exporter vers les Etats-Unis sans avoir à payer de droit aux USA. Afin de bénéficier de cet avantage les exportateurs algériens doivent remplir certaines conditions :

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

4-5 Les autres accords commerciaux :

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

4-5-1 accords bilatéraux avec les pays arabes :

La convention entre l'Algérie et la Tunisie et l'Algérie et le Maroc qui prévoient l'exonération des taxes et des droits de douanes entre l'Algérie et ces deux pays. Cette convention été gelée en 1991, mais entre ces derniers, mais celle de l'Algérie et la Tunisie est en cours d'actualisation.

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

Une convention commerciale et tarifaire a été signée entre l'Algérie et la Mauritanie en 1996, stipulant que les deux parties s'engagent à supprimer tous les droits de douane et taxes d'effet équivalant pour tous les produits d'origines algérienne et mauritanienne. Bien que cette convention soit ratifiée par l'Algérie au mois de septembre 2005, elle n'a pu être mise en application, les instruments de ratification n'étant pas encore échangés entre les autorités diplomatiques des deux pays.

³⁶ <http://www.mincommerce.gov.dz/procedform/expetatunis.pdf> consulté le 01/05/2017 à 12 :11.

4-5-2 convention dans le cadre de l'UMA :

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

4-5-3 l'accord d'accession de l'Algérie à l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) :

C'est en 1987 que l'Algérie a manifesté son intention d'intégrer le système du commerce multilatéral régi par l'accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), puis à partir des 1995 par l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC)³⁷.

Le groupe de travail de l'OMC chargé de l'accession de l'Algérie a procédé à l'examen du régime du commerce de l'Algérie. Son premier projet de Rapport a été élaboré en 2006 et a été révisé en 2008.

L'examen du régime du commerce algérien se poursuit en ce qui concerne le régime des licences d'importation, les obstacles techniques au commerce, la mise en œuvre des mesures sanitaires et phytosanitaires, l'application des taxes intérieures, les entreprises publiques et les privatisations, les subventions et certains aspects de protection des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce. Une vingtaine de projet de paragraphes d'engagements sur les questions systématiques sont en cours de discussion.

Cette section nous a permis de cité les efforts que l'Etat algérienne mise en place en matière de promotion des exportations hors hydrocarbures.

Conclusion

On peut déduire que, Malgré tous ses atouts géoéconomique ; les différents dispositifs d'aides et de facilitations aux exportations hors hydrocarbures adoptés par l'Algérie, et malgré les organismes mise en place depuis son indépendance afin de promouvoir leurs échanges hors hydrocarbures, l'Algérie demeure toujours un pays mono-exportateur d'hydrocarbures.

D'après ce chapitre, l'évolution historique des exportations HH depuis le contre choc pétrolier de 1986 à 2016, nous avons constaté que malgré les accords de l'Algérie dans le cadre de zone de libre échange tels que l'accord d'association avec l'Union Européennes et l'union Magrébine Arabe, le niveaux des exportations HH reste très faible et l'Algérie n'a pas soutiré profit de toutes les opportunités offertes par ces accords.

³⁷ <http://www.mincommerce.gov.dz/?mincom=pomc> consulté le 09 /05/2017 à 13 :01.

Chapitre III

Introduction

L'objectif du premier chapitre était d'expliquer les principaux éléments théoriques qui traitent la diversification, ainsi que l'expérience de certains pays qui ont adopté la diversification économique, afin de sortir de leur dépendance envers certaines ressources naturelles ou secteurs d'activité. Le deuxième chapitre traite les caractéristiques du commerce extérieur en Algérie, depuis l'indépendance jusqu'à aujourd'hui.

L'objectif du troisième chapitre est de mettre en lumière la réalité des exportations hors hydrocarbures en Algérie, à travers la réalisation d'une enquête auprès de quelques organismes de promotion des exportations, ainsi que quelques entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire, de la wilaya de Bejaia, et afin de pouvoir déceler les obstacles qui freinent la politique de diversification en Algérie.

Section 1 : Méthodologie de travail et déroulement de l'enquête

Dans cette section, nous allons présenter l'objectif de notre étude ainsi que la méthodologie suivie. Nous allons aussi présenter l'échantillon de notre enquête, tout en justifiant notre choix, et on terminera par les limites et les obstacles de notre travail.

1-1 Objectif de l'étude

Le but principal de notre recherche et de nos entretiens est d'étudier la réalité des exportations hors hydrocarbures en Algérie, et d'évaluer l'efficacité du rôle des organismes de soutien des exportations mise en œuvre par l'Etat afin de promouvoir les exportations en Algérie.

1-2 Présentation de la méthodologie de travail

Pour apporter des réponses à nos questions et à notre problématique, nous avons procédé à la réalisation d'une enquête auprès des organismes d'aide à l'exportation, ainsi qu'auprès des entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia. Cette enquête a été réalisée avec des entretiens semi directifs. Elle s'est déroulée pendant la période allant du 12 Mars jusqu'au 26 Mai. Nous avons préparé deux guides d'entretiens (voir annexe N° 1 et N° 2), le premier est composé de 15 questions destinées aux organismes d'aide à l'exportation (voir annexe N°1), et le deuxième est composé de 27 questions destinées aux entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia (voir annexe N°2).

1-3 Définition de l'entretien

L'entretien est défini comme étant une technique qualitative de collecte d'informations à l'aide d'une conversation plus ou moins dirigée, avec un ou plusieurs.

Il existe 3 types d'entretient¹ :

1-3-1 L'entretient non-directif

Il repose sur une expression libre de l'enquête à partir d'un thème proposé par l'enquêteur. L'enquêteur se contente alors de suivre et de noter la pensée, le discours de l'enquête sans poser de question.

1-3-2 L'entretient directif

Ce type d'entretient s'apparente sensiblement au questionnaire, à la différence que la transmission se fait verbalement plutôt que par écrit. Dans le cadre de cet entretien, l'enquêteur pose des questions selon un protocole strict, fixé à l'avance.

1-3-3 L'entretient semi-directif

Il porte sur un certain nombre de thèmes qui sont identifiés dans une grille d'entretient préparé par l'enquêteur. L'interview, s'il pose des questions selon un protocole prévu à l'avance parce qu'il cherche des informations précises, s'efforce de faciliter l'expression propre de l'individu, et cherche à éviter que l'interview ne se sente enfermé dans des questions.

1-4 Présentation de l'échantillon

le nombre d'entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire, en Algérie est le plus important par rapport aux autres secteurs, et selon la revue nationale « DJAZAGRO », les Industries Agroalimentaires (IAA) en Algérie ont connu leur essor dans les années 70 avec les programmes publics de développement, visant à la création des sociétés nationales, notamment dans les filières céréales, lait, eaux et boissons. Ces filières restent les plus importantes mais sont suivies maintenant par celles du sucre, des corps gras, des conserves, des viandes, etc.

¹ Définition tiré du site : <http://www.e-marketing.fr/définition-glossaire/Entretien-238157.htm>, consulté le 16/05/2017 à 16 :06.

De ce fait, nous avons ciblé comme échantillon les entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire. Ainsi, sur une population mère de 34² entreprises exportatrices de la Wilaya de Bejaia, 12 entreprises exportatrices sont du secteur agroalimentaire. Nous avons opté pour une étude exhaustive, cependant, seulement 5/12 entreprises ont accepté de répondre à nos questions.

Et en ce qui concerne les organismes de promotion des exportations HH, nous avons ciblé les organismes d'aide à l'exportation les plus sollicités, situés à Alger, à savoir ALGEX, CAGEX, SAFEX, ANEXAL et le FSPE et seulement 2/5 de ces organismes ont accepté de nous recevoir et de répondre à nos questions.

1-5 Les limites de notre étude

La taille réduite de l'échantillon de notre étude est due essentiellement au manque de temps, d'où nous n'avons pas pu toucher un large éventail d'entreprises. Sans négliger d'autres obstacles, notamment l'indisponibilité des responsables des ces organismes et entreprises, dans certains cas, et le refus de collaboration dans d'autres cas.

1-5-1 Les obstacles rencontrés lors de notre recherche

- Manque d'ouvrages et de documents qui traitent la diversification économique ;
- Manque de données statistiques fiables pour tout les pays .

L'objectif de cette section était de présenter notre méthodologie de travail, le choix de l'échantillon et les différents moyens employés pour mener notre enquête, ainsi que les différents obstacles rencontrés.

Section 2 : Analyse et interprétations des résultats

Dans cette section, nous allons essayer d'analyser et d'interpréter les réponses qui nous ont été fournies par les organismes ainsi que les entreprises. Nous avons divisé cette section en deux parties : l'analyse des entretiens destinés aux organismes, et l'analyse des entretiens destinés aux entreprises.

² Guide des exportateurs algériens, « Répertoire des exportateurs algériens », édition 2017.

2-1 Présentation des résultats des entretiens destinés aux organismes d'aide à l'exportation

Nous avons réalisé trois entretiens avec deux organismes différents :

- 02 entretiens à ALGEX, le premier avec le sous directeur d'ALGEX Mr : CHETTIH Mohamed, nous a accordé une interview d'une durée de 90 minutes le 12/03/2017 à 10 :20 au niveau de son bureau sis à l'agence(voir annexe N°1), et le deuxième avec le directeur de la structure Dar Elmoussader, Mr. AILHADI Aissa qui nous a accordé un entretien qui a duré 120 minutes, le 13/04/2017 à 10h (voir annexe N°2) ;
- 01 entretien avec le chef de département souscription de la CAGEX Mme Imane BELKHERROUBI (voir annexe N°2).

2-1-1 Présentation des organismes

A travers nos entretiens³, nous pouvons présenter les organismes de soutien des exportations comme suit :

- **ALGEX** a été créé par le décret n° 04-174 du 23 Rabie ethani 1425 correspondant au 12 juin 2004 portant la création organisation et fonctionnement de l'Agence nationale de promotion de promotion du commerce extérieur (voir annexe N°3), et selon le sous directeur Mr : CHETTIH Mohamed : « ALGEX est un établissement public à caractère administratif doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. L'Agence est placée sous la tutelle du ministère chargé du commerce extérieur ». L'agence a été créée dans le but de diversifier et promouvoir les exportations hors hydrocarbure en Algérie. L'agence est située 0 5 maisons, Al Mohamadia , Alger, Algérie ;
- **DAR EL MOUSSADER** est une structure située à ALGEX dont le rôle principale est la réception des entreprises, le conseil, est à l'orientation ainsi que la mise en relation d'affaire des entreprises algériennes avec les différents acteurs du processus de l'exportation ;
- **La CAGEX** est la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations, est régie entre autres, par l'article 4 de l'ordonnance 96/06 du 10/01/1996 relative à l'assurance crédit à l'exportation et ses textes d'application.

³ Présentation complémentaire à celle du cadre théorique

La CAGEX est une SPA au capital de 2.000.000.000 DA, la compagnie est située à 10, route nationale Daly-Ibrahim Alger, Algérie.

2-1-2 L'idée de création des organismes et leurs rôles et missions :

- L'idée de création de la CAGEX est inspirée de SOFAX⁴ (France).

D'après le chef de département de souscription de la CAGEX Mme Imane BELKHERROUBI : « CAGEX est une compagnie qui a pour mission d'encourager et de promouvoir les exportations algériennes en dehors des hydrocarbures, et de garantir les ventes à crédit au profil des opérateurs économiques activant sur le marché national ».

La CAGEX exerce une double mission :

- Couverture des risques commerciaux ;
- L'Assurance des crédits a l'international, et l'assurance des crédits domestiques.
- L'idée de création de d'ALGEX, vient de la volonté de la diversification des exportations en Algérie. ALGEX offre deux types de services :

*Des services destinés au gouvernement :

- Elaboration des bilans du commerce extérieur annuel hors hydrocarbure en Algérie ;
- Contribution à la mise en ordre de la politique du commerce extérieur algérien.

*Des services destinés aux entreprises :

- L'information commerciale ;
- L'orientation ;
- Le conseil ;
- Mise en relation d'affaire ;
- Accompagnement des entreprises à l'étranger ;
- Prospection des marchés extérieurs.

⁴ La société **SOFAX BANQUE** a été créée le 18/10/1985 et enregistrée au Greffe du Tribunal de Commerce de NANTERRE sous le numéro 632046785. Il s'agit d'une société dont la forme juridique est SOCIÉTÉ ANONYME ;L'activité principale de SOFAX BANQUE est distribution de crédit, financement des échanges internationaux les activités de services financiers consistant principalement en l'octroi de prêts par des institutions qui ne s'occupent pas d'intermédiation monétaire, le crédit accordé pouvant prendre différentes formes.

Chapitre III : La contribution des organismes de soutien à l'export dans l'accompagnement des entreprises algériennes: cas du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia

L'objectif principal de ces deux organismes est la promotion des exportations hors hydrocarbure en Algérie.

Concernant la question 4 de l'entretien (voir annexe N°2) les deux organismes ont répondu qu'ils se font connaître à travers les salons et les foires, et de bouche à oreille.

Les questions 5 jusqu'à la question 10 de l'entretien destiné aux organismes (voir l'annexe N°2) peuvent être résumées dans le tableau suivant.

Tableau N° 10 : tableau comparatif du nombre d'entreprises ayant sollicité l'aide d'ALGEX et de la CAGEX ainsi que les critères de sélection.

NOM DES ORGANISMES	ALGEX	CAGEX
Nombre d'entreprise ayant sollicité l'aide de l'organisme depuis sa création	1909	600
Les réponses des organismes aux sollicitations des entreprises sont toutes favorables ?	Oui, nous recevons tout le monde	Non, il faut répondre à certains critères
Les services les plus demandés	L'information et le conseil	La police export, et la police domestique (souscris)
La moyenne annuelle du nombre d'entreprise qui sollicite l'aide de l'organisme depuis leurs créations jusqu'au premier trimestre de 2017	190	183
Les critères d'acceptations	aucun	-l'existence de cette entreprise -la qualité de l'acheteur ; -le chiffre d'affaires minimal ; -faire une étude ; -décision d'agrément ; -disposer d'un registre de commerce.
L'aide apportée a-t-elle permis aux entreprises d'atteindre le marché extérieur	-Oui AWTE et Brandt	- Oui Deglette Nour

Source : réalisé par nous mêmes.

Le tableau ci-dessus compare le nombre d'entreprises ayant sollicité l'aide des deux organismes ALGEX et CAGEX depuis leur création jusqu'au premier trimestre 2017, et on remarqué que le nombre d'entreprises qui sollicitent l'aide des organismes est presque similaire.

L'objectif de la question 11 est de savoir si les organismes rencontrent des difficultés qui empêchent le bon déroulement de leurs missions, les organismes ont répondu qu'ils ne rencontrent aucun frein, mais les exportateurs ont des difficultés externes par rapport aux procédures administratives et les retards des banques pour donner des crédits à l'exportation.

Concernant la question 12 les deux organismes ont affirmé qu'il existe une collaboration entre les différents organismes :

- ALGEX a répondu qu'elle collabore avec :
 - SAFEX (partenaire);
 - Ministère du commerce (partenaire);
 - CACI (partenaire);
 - CAGEX (partenaire);
 - La douane (partenaire).
- CAGEX a répondu quelle collabore avec :
 - ALGEX ;
 - FSPE.
 - Les banques.

ALGEX et CAGEX ont répondu qu'il y'a un suivi de l'entreprise mais différemment :

ALGEX continue à mettre en relation les exportateurs algériens avec les clients étrangers, et les informent si il y'a une demande extérieure sur leurs produit.

Tandis que la CAGEX évalue les risques à travers la décision d'agrément.

Les conditions de réceptions des entreprises sont différentes dans les deux organismes :

ALGEX peut recevoir les entreprises plusieurs fois sans conditions, tandis la CAGEX exige une année d'intervalle (entre la première et la deuxième demande).

Et dernièrement, les entreprises ont proposé quelques mesures pour améliorer leurs rôles :

- Augmentation des ressources de financement ;
- Créer des antennes régionales;
- Avoir des antennes ou des filiales à l'étranger ;
- Avoir plus d'autonomie concernant leurs rôles.

2-2 Analyse des entretiens destinés aux entreprises agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

L'objectif de cet entretien est d'étudier la réalité des exportations hors hydrocarbure, et d'évaluer le rôle des organismes d'aide à l'exportation et cela en prenant le cas de quelques entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia.

Les résultats de notre entretien peuvent être résumés en quatre parties, la présentation des entreprises, les informations liées aux produits exportés, la relation entre les entreprises et les organismes d'aide à l'exportation.

2-2-1 Présentation des entreprises interviewées

Sur un échantillon de 12 entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire de Bejaia 5 /12 entreprises ont accepté de répondre à nos questions. Ces entreprises sont classées parmi les entreprises qui réalisent des opérations d'exportations plus au moins régulières (d'après les données de la chambre du commerce de la wilaya de Bejaia), et ce sont:

- CO GB LA BELLE : effectué un entretien le 24/05/2017 avec le chef du département commercial, cet entretien a duré 40 minutes ;
- CEVITAL agro : nous avons effectué un entretien le 26/05/2017 avec le directeur du département de transit/import/export, cet entretien a duré 1h30 minutes ;
- IFRI : nous avons effectué un entretien le 25/05/2017 avec le manager export, cet entretien a duré 45 minutes ;
- SOUMMAM La laiterie : nous avons effectué un entretien le 21/05/2017 avec le chef de service de marché, cet entretien a duré 35 minutes ;
- GOURAYA THON : nous avons effectué un entretien le 25/05/2017 avec le directeur des ressources humaines, cet entretien a duré 50 minutes.

A- COGB LA BELLE

Est une entreprise de corps et de gras, qui produit des huiles alimentaires, graisses et savons. Le complexe de corps et de gras CO GB se situe à Zone industrielle des Aurès, Bp 406

Bejaia, Algérie , elle a été créé en 1987 et fusionnée avec LA BELLE en 2006, est une société mixte, classée comme grande entreprise avec un effectif d'environ 6000 salariés, selon le directeur des ventes de l'entreprise, l'entreprise une spa avec un capital social de 7 209 330 000 DA.

B- CEVITAL

Est une société par actions qui a été créé en Mai 1998, située au nouveau quai port de Bejaia (à l'extrême Est du port de Bejaia), elle est classée comme grande entreprise avec un effectif 7000 salariés. « Spécialisée dans l'industrie agroalimentaire, et constituée de plusieurs unités de productions et poursuit son développement par plusieurs projets en cours de réalisation » d'après le directeur de la direction import/export et transit de CEVITAL.

C- L'entreprise IFRI

Dite aussi «Sarl IBRAHIM et Fils », est une société privée spécialisée dans la production d'eau minérale et boissons diverses. L'entreprise a été créée en 1996, elle est classée comme grande entreprise et compte plus de 250 salariés.

D- La laiterie SOUMMAM

est une entreprise algérienne privé créée par l'entrepreneur Lounis Hamitouche en 1993. En 2011, l'entreprise est le premier producteur national de yaourt avec 42 % des parts de marché¹. Son siège se trouve à Taharacht (Akbou, wilaya de Béjaïa). L'entreprise SOUMAM est une société à responsabilité limitée, elle est classée comme grande entreprise et compte 1600 salariés.

E- GOURAYA GOLF THON

Est entreprise privée située à Oued Ghir (wilaya de Bejaia) dont l'activité principale est la conserverie de thon, créé en 2002, elle est classée comme PME. C'est une société à responsabilité limitée, elle compte plus de 100 salariés.

2-2-2 Informations liées aux produits destinés à l'exportation

Les réponses des entreprises concernant leurs produits destinés à l'exportation peuvent être résumées dans le tableau suivant :

Tableau N°11: tableau représentatif de type de production des entreprises interviewées

Nom des entreprises	CO GB LA BELLE	CEVITAL	IFRI	SOUMMAM	GOURAYA GOLF THON
Type de production	Agroalimentaire : huile margarine, légumes secs, sucre...etc.	Agroalimentaire	Boissons gazeuses, fruités, isotoniques, eau minérale naturelle	Produits laitiers	Thon
Vos produits sont ils adaptés à la demande étrangère	Oui, en terme de : Prix, qualité, normes internationales	Oui, en terme de normes internationales	Oui, en terme de : prix, qualité, normes internationales	Oui, en terme de normes internationales	Oui, en terme de : prix, qualité, normes internationales

Source : réalisé par nous mêmes.

Ce tableau récapitule le nombre des entreprises interviewés, il représente les caractéristiques des produits fabriqués par ces différentes entreprises. Nous remarquons que tous les produits fabriqués sont adaptés à la demande étrangère et cela selon différents critères. (selon les réponses de nos interviewés)

Concernant les questions liées aux exportations, les entreprises ont répondu ainsi :

A- CO GB LA BELLE

L'entreprise Exporte depuis sa création, et les facteurs qui l'ont poussés à exporter sont : l'excédent de production et ça constitue également le but initial de l'entreprise. Selon notre enquête, CO GB LA BELLE exporte selon la demande du marché extérieur, et les produits exportés ont les mêmes critères que les produits destinés à la demande locale. Ainsi, le chef du département commercial a souligné que CO GB exporte de manière occasionnelle (une fois par an en général) selon la demande extérieur sur leurs produits, et concernant les

obstacles qu'elle rencontre lors de ses opération d'exportations, notre interviewé annonce que l'entreprise rencontre des difficultés liés aux lourdeurs administratives, notamment lors des exportations en EUROPE.

B- CEVITAL

Le représentant de CEVITAL pour sa part a répondu aussi que l'exportation fait partie des mesures initiales de l'entreprise et de ses missions, l'entreprise a commencé à exporter depuis 2001 et tous les produits exportés ont les même les critères que les produits destinés à la demande locale, l'entreprise exporte régulièrement et en grandes quantités. Et concernant les obstacles liés aux exportations CEVITAL a rencontré un obstacle avec l'IRAK en 2004 qui est le risque de non de paiement, concernant les autres pays CEVITAL ne rencontre aucun obstacle.

C- IFRI

IFRI Exporte depuis 2002, les facteurs qui l'ont poussé à exporter consistent à répondre à la demande étrangère et la recherche de produits innovants. Les produits exportés par IFRI ont les mêmes critères que les produits destinés à la demande nationale, et l'entreprise exportent mensuellement. L'entreprise IFRI exporte seulement la gamme PET (polyéthylène d'éthylène téréphtalate) c'est-à-dire la gamme en plastique. Concernant les difficultés qui freinent l'entreprise lors de l'opération d'exportation, elle affirme qu'elle rencontre des obstacles qui sont liés aux : lourdeurs administratives, au manque d'informations sur le marché extérieur, et aussi aux couts de transport et d'assurance.

D- La laiterie de SOUMMAM

L'entreprise fait de l'exportation depuis 2002, elle a commencé à exporter qu'après avoir satisfait la demande nationale, elle exporte 80°/° de ses produits qui ont les mêmes critères que les produits destinés à la demande nationale. L'entreprise exportent en moyenne deux fois par mois vers les pays voisins : Lybie et Mauritanie et ne rencontre aucune difficulté sauf pour l'Europe. L'entreprise a reçu des demandes de ses produits de la part d'autres pays tels que l'Europe, mais elle n'a pas pu satisfaire cette demande, en raison de la courte durée de vie de ses produits, comme nous le connaissons l'entreprise fabrique des produits frais sans conservateur qui on une durée de vie d'un mois, et en raison de l'indisponibilité du transport aérien, cette dernière ne peut pas exporter ces produits vers d'autres pays.

E- GOURAYA GOLF THON

Pou sa part a commencé à exporter depuis 2012, sa première destination est la Lybie, et envisage d'exporter vers d'autres pays, l'entreprise exporte tous ses produits selon la demande étrangère, mais rencontre toutefois aussi des difficultés liées aux lourdeurs administratives.

2-2-3 la relation entre les entreprises et les organismes d'aide à l'exportation

Le tableau suivant récapitule les réponses des entreprises concernant les questions liées aux politiques de soutien des exportations en Algérie.

Tableau N° 12 : la relation entre entreprises exportatrices et les organismes d'aide à l'exportation.

Noms des entreprises	CO GB LA BELLE	CEVITAL	IFRI	SOUMAM	GOURAYA GOLF THON
Avez-vous entendu parler des politiques de soutien des exportations ?	Oui	oui	oui	oui	oui
Par quel moyen	-Séminaire -Salons -Le ministère du commerce	-Salons - Foires	-Salons -Bouche à oreille -internet	-Salons - Foires	-Salons - Foires Les medias
Quels organismes connaissez-vous	-FSPE -SAFEX	-AGEX -CAGEX -SAFEX -FSPE	ALGEX -CAGEX -SAFEX -FSPE	-ALGEX -CAGEX -SAFEX	FSPE
Avez-vous fait appel à ces organismes et pourquoi ?si oui, combien de fois ?	Non à cause du manque d'information sur ces organismes.	Oui, FSPE, aide financière pour le transport maritime à chaque opération d'exportation.	Oui, FSPE, pour le remboursement d'une partie des frais de transport à chaque opération d'exportation.	Non, on transporte par nos propres moyens.	Non, aucune justification.
Est ce que les organismes accepte votre demande	-pas de réponse	-oui toujours.	-oui toujours.	-pas de réponse.	- pas de réponse.

Source : réalisé par nous même.

Le tableau montre les réponses des différentes entreprises interviewés concernant les politiques de soutien des exportation, nous remarquons que toutes les entreprises ont entendu parler des organismes d'aide à l'exportation, à travers les salons et les foires, mais ils n'ont pas toutes fait appel à ces organismes, à cause du manque d'informations sur leurs missions. (le rôle de ces organismes reste flou et méconnu par les entreprises).

2-4 Synthèse générale

Dans le cadre de l'étude pratique que nous avons menée , nous avons essayé de clarifier la réalité de la diversification des exportations hors hydrocarbures en Algérie, et le rôle des organismes d'aide à l'exportation dans cette stratégie, qui a pour but initial de sortir l'économie algérienne de sa situation de crise et de sa dépendance envers les hydrocarbures.

Dans cette perspective, après avoir effectué des recherches bibliographiques pour mieux comprendre le concept de la diversification économique, nous avons devisé notre recherche en deux étapes :

La première étape : déplacement vers les organismes d'aide à l'exportations et réalisation des entretiens avec les organismes d'aide à l'exportation pour mieux comprendre leur rôle et leurs missions dans la promotion des exportations hors hydrocarbures.

La deuxième étape : déplacement sur le terrain vers les entreprises exportatrices, dont le but est d'essayer de comprendre ce qui freine le développement des entreprises exportatrices en Algérie, et de voir le rôle des organismes d'aide à l'exportation dans la promotion des exportations HH en Algérie, sous un autre angle (selon les entreprises).

En vu du manque de temps nous avons choisi de se baser sur le secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia, ou nous avons effectué des entretiens semi directifs avec 5 entreprises qui sont classées comme les plus importants exportateurs de la wilaya de Bejaia, selon les données de la chambre du commerce de Bejaia.

Après avoir réalisé des entretiens avec les organismes ALGEX et CAGEX, ainsi que les entreprises interviewés, nous avons pu récolter un ensemble d'informations susceptibles d'apporter des réponses à notre problématique.

ALGEX est un organisme de promotion des exportations comme son nom l'indique, il dispose d'une structure nommée Dar El Moussadir qui s'occupe de recevoir des entreprises

quelque soit leurs tailles, leur statut juridique, ou leurs secteurs d'activité ...etc, même les entreprises qui n'existent pas encore, c'est-à-dire les personnes qui ont des projets de création d'entreprise exportatrices, car nous avons-nous même été témoin d'un cas semblable.

Effectivement, durant notre entretien avec le directeur de la structure Dar El Moussader Mr Ait Mahdi Aissa à ALGEX, deux jeunes dans les trentaines, de nationalités algérienne et tunisienne, sont venus solliciter l'aide d'ALGEX pour une orientation et demande d'information, concernant un projet de création d'une entreprise de ramassage et de stockage

qui s'occupe de ramasser les déchets des huiles de fritures déjà usés dans les restaurants, les hôtels ...etc., dans différentes régions du pays, afin de les exporter vers l'Italie, l'Allemagne l'Espagne où ils utilisent ces déchets des huiles comme matière première pour la production des énergies. Les deux jeunes ont aussi évoqué l'exemple d'un producteur de tomate qui a voulu exporter sa marchandise à l'étranger, et il fait toutes les démarches nécessaire pour, mais de l'opération d'exportation, l'expédition de sa marchandise a été retardé à cause d'une panne du scanner de l'aéroport, ce qui a causé la détérioration de toutes les marchandises.

ALGEX a accepté de répondre à leur demande et affirme que c'est un projet faisable, mais il faut remplir certaines conditions avant de se lancer dans ce projet telles que : la détention d'un registre de commerce à l'export et l'obtention d'un agrément au sein du ministère de l'environnement pour pouvoir ramasser les déchets des huiles, le directeur de Dar al Moussadir a aussi motionné que l'Etat ne subventionne pas le transport des exportations des déchets mais néanmoins ils ne vont pas payer les impôts à l'export. Le directeur de Dar El Moussader nous a aussi explique la procédure à suivre pou pouvoir bénéficie des services d'ALGEX, pour les entreprises qui souhaite faire de l'exportation il a mentionné que mise à part les services de conseils, l'information et l'orientation, il existe un service pour les entreprise qui souhaite exporté, elle doivent tous d'abord remplir la fiche de visiteur (voir l'annexe N°5), qui contient toutes les informations liés à l'entreprise et à sa produits, et si l'entreprise souhaite sollicité l'aide d'Alex plusieurs fois, elle doit remplir la fiche d'entreprise (voir annexe N°4), cette fiche sert à avoir un dossier de l'entreprise au sein d'ALGEX afin de la tenir informé en cas de demande étrangère sur ses produit.

Quant aux a la CAGEX qui est un organisme qui a comme rôle d'encourager et de promouvoir les exportations hors hydrocarbure, il exerce deux missions: la couverture des risques à l'exportation et l'assurance de crédits, mais contrairement à ALGEX la CAGEX

exige certaines conditions pour répondre favorablement à une demande de sollicitation d'une entreprise. En effet la CAGEX fait une étude sur ses clients avant d'accorder un crédit à l'exportation ou crédit domestique, elle étudie donc : la qualité de l'acheteur, le chiffre d'affaires, les décisions d'agrément, il faut qu'elle soit une entreprise et elle doit posséder un registre de commerce.

Concernant les données collectées au niveau des entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia, elles nous ont permis d'avoir une vision plus claire sur la situation des exportations en Algérie.

En effet, les cinq entreprises interviewées sont des entreprises privées, qui ont été créées entre 1987 et 2002, qui réalisent actuellement des opérations d'exportation à travers différents pays dans le monde, c'est le cas de CO GB LA BELLE et CEVITAL qui exportent partout dans le monde, et cela fait partie des mesures initiales depuis leurs créations.

L'entreprise CO GB LA BELLE a commencé à exporter depuis sa création, elle exporte d'une manière occasionnelle et rencontre des difficultés liées à lourdeurs administratives. Effectivement comme nous l'avons affirmé le chef du département commercial de l'entreprise lors de nos opérations d'exportation nous rencontrons parfois des obstacles suite aux lourdeurs administratives exemple : « dans certains cas les marchandises arrivent avant les documents dans le pays en question, et cela constitue un obstacle pour pouvoir livrer la marchandise au client étranger ».

De sa part l'entreprise CEVITAL, n'a commencé à exporter qu'en 2001, car d'après le chef du département transit/import/export: « l'objectif initial de l'entreprise était de se tourner vers le marché export une fois que la production dépasse la demande du marché local, vu que la capacité de production est importante ». Effectivement cette stratégie a été rentable pour l'entreprise qui exporte tous les jours de grandes quantités de toute sa gamme et arrive aujourd'hui à exporter plus de 400 000 T de sucre blanc partout dans le monde, le groupe détient la plus grande raffinerie de sucre dans le monde.

Pour sa part, l'entreprise IFRI a commencé à exporter 6 ans après sa création, en 2016 l'entreprise exporte 10% de sa production. Ce qu'il a poussé à faire de l'exportation d'après le manager export de l'entreprise Mr. TABET Mahfoud : « ce qui a poussé notre entreprise à faire de l'exportation c'est la recherche des produits innovants, la demande étrangère, la stratégie de l'entreprise », IFRI exporte aujourd'hui toute sa gamme PET vers différentes

régions dans le monde tel que : l'Europe, Canada, l'Asie, Le Moyen-Orient. En 2015 Le Word Trade Center Algeria⁵ leurs a attribué le prix du meilleur exportateur de l'année comme encouragement.

Quant aux deux entreprises restantes SOUMMAM, et GOURAYA GOLF THON elles exportent juste vers les pays voisins comme la Lybie et la Mauritanie. SOUMMAM a commencé à exporter en 2002, elle est le leadership dans la production des produits laitiers, elle exporte 80% de sa gamme sauf les produits fragiles (exemple : les mousses au chocolat...etc) qui ne peuvent pas être transportés par voie routière. L'entreprise SOUMMAM a reçus des demandes des pays européens sur ses produits qu'elle n'a pas pu satisfaire à cause de la courte durée de vie de ses produits et les lourdeurs administratifs. Effectivement durant notre entretien avec le chef du service marché de l'entreprise elle a mentionné que : « nous avons déjà essayé d'exporter nos produit vers l'Europe par voie maritime, mais à cause des lourdeurs administratifs de l'Etat algérien nos produits qui ont une durée de vie courte se sont détérioré avant l'arrivé des documents, par conséquent l'indisponibilité du transport aérien nous empêchent d'exporter vers les autres pays mise à part les pays voisins ».

GOURAYA GOLF THON exporte vers le pays voisin : la Lybie, mais l'unité de production avance aujourd'hui avec de nouvelles perspectives et envisage de conquérir d'autres marchés internationaux,

Nous remarquons que l'Algérie détient un très grand potentiel productif avec des produits innovants, qui respectent les normes internationales, avec lesquels elle peut diversifier ses exportations mais aussi se faire une place dans les marchés mondiaux et les concurrencer.

Les entreprises exportatrices algériennes, n'appliquent pas vraiment une stratégie de diversification, mais c'est une extension géographique (voir chapitre 1), car elle se contente d'exporter les produits actuels dans d'autres pays, comme nous l'avons constaté dans les entretiens toutes les entreprises ont affirmé que les produits exportés ont les mêmes critères que les produits nationaux et qu'aucune d'entre elle détient une filiale à l'étranger.

⁵ WTCA : est une organisation étatique, qui s'occupe d'organiser des salons, conférences et séminaire, colloques, rencontre d'affaire et tout événement pouvant promouvoir l'image de l'Algérie et de son économie localement ou à l'étranger.

En effet, certains pays ont adopté des stratégies de diversification bien réussie. Comme nous l'avons vu dans le premier chapitre, certains pays en développement ont réussi à diversifier leurs économies et leurs filières d'exportation par différentes façons, comme l'industrialisation, la technologie, l'information, mais la plus importante c'est l'investissement dans le capital humain comme : offrir des bourses d'étude à l'étranger, la formation du personnel par les entreprises avant d'appliquer une stratégie de diversification.

La diversification de l'économie nationale a pour but de développer les exportations HH, de réguler et de contrôler les exportations HH, sachant que l'économie algérienne est dépendante d'une seule richesse qui constitue 96% des ses exportations, et les recettes engendrées de ces dernières sont dépensées dans l'importation des produits destinés à la consommation qui n'engendre aucun revenu.

L'Algérie a fait un grand pas dans la promotion des exportations HH, en comparaison avec les années précédentes, il existe une volonté politique afin d'avancer dans ce domaine et même concurrencer certains pays. Effectivement, c'est le rôle des institutions de promotion des exportations. Mais d'après notre étude sur le terrain et l'ensemble des informations que nous avons pu récolter, durant nos recherches, nous avons constaté que les organismes d'aide à l'exportation ne disposent pas suffisamment d'autonomie pour pouvoir mieux mener leur mission, et il existe un manque de communication entre ces organismes et les entreprises.

Comme nous l'avons constaté dans les entretiens avec les entreprises, ces dernières ont répondu qu'elles ont toutes entendu parler des organismes d'aide à l'exportation mais certaines de ces entreprises n'ont pas sollicité l'aide de ces institutions, par manque d'informations sur leurs rôles et leurs missions. Donc les entreprises algériennes n'ont pas une vision claire sur le rôle de ces organismes, à cause du manque de communication ou à une mauvaise stratégie de diffusion d'information sur l'existence de ces organismes, ainsi que leur rôle dans la promotion des exportations HH.

Ceci nous mène à confirmer la première hypothèse, qui stipule : «La faiblesse des exportations HH en Algérie peut-être expliquée par l'incompatibilité des besoins des entreprises exportatrices et les services fournis par les organismes de promotion des exportations », car les services fournis par les organismes ne répondent pas à tous les besoins des entreprises exportatrices, comme nous l'avons évoqué précédemment dans ce chapitre. Donc ces organismes ne répondent pas à tous les besoins, il y a un manque de communication

très important entre les entreprises et les organismes et les organismes d'aide à l'exportation affirment qu'ils ne disposent pas suffisamment d'autonomie afin de pouvoir mener à bien leurs missions.

Pour l'économie algérienne, il faut savoir aussi que nous avons des exportateurs permanents et d'autres occasionnels, comme nous l'avons vu dans nos interviews avec les entreprises, 3/5 entreprises sont des entreprises qui exportent régulièrement d'une façon journalière ou mensuelle, quand aux 2 autres entreprises restantes elles exportent d'une manière occasionnelle, c'est-à-dire selon la demande du marché étranger. Ces dernières exercent leurs activités pour un certain moment, et disparaissent par la suite pour revenir un autre moment, ce qui fait qu'à chaque fois il ya des disparitions d'exportateurs en cas de complications administratives aux autres problèmes qui constituent un obstacle à leurs activités.

La faiblesse des exportations HH en Algérie peut être aussi expliquée par un manque de stratégie de diversification bien claire, un manque d'encouragement réel et effectif sur le terrain de la part de l'Etat aux entreprises exportatrices.

De ce fait, nous confirmons la deuxième hypothèse qui stipule que : « Les entreprises algériennes n'arrivent pas se tailler une place sur les marchés internationaux suite aux lourdeurs administratives qui freinent leurs activités d'exportation », cependant, il faut noter qu'il existe d'autres obstacles outre que les lourdeurs administratives qui empêchent les entreprises exportatrices à s'internationaliser, qui sont des problèmes de logistique. Effectivement les producteurs algériens ne peuvent pas exporter les produits fragiles ou de courte durée de vie (comme l'exemple de la laiterie SOUMMAM et l'exemple de la tomate), et aussi à cause de l'indisponibilité du transport aérien en Algérie ,il existe aussi un manque de culture sur les stratégies d'exportation, car certaines entreprises algériennes n'arriveent pas à exporter puisqu' elle ne dispose pas d'une stratégie d'exportation qui devrait être tracée dès la création de l'entreprise, car pour pouvoir exporter : il faut disposer des équipements nécessaires pour pouvoir produire des biens qui respectent les normes internationales, et qui répondent aux attentes des clients étrangers, mais aussi pour pouvoir exporter il faut disposer des personnels qualifiés.

Recommandations et suggestions

A travers notre travail, et d'après les réponses apportées par nos interviewés (entretiens effectués avec les organismes et les entreprises) nous pouvons élaborer certaines suggestions et recommandations :

-créer des antennes régionales des organismes d'aide à l'exportation afin d'être à l'écoute permanente des entreprises ;

-Il est nécessaire d'augmenter les ressources de financement des organismes, car leur rôle est freiné par un manque de financement ;

-ajouter la prospection à l'étranger avec la prise en charge des frais des missions pour les opérateurs économiques ;

- accorder plus de facilitations dans le dispositif FSPE, afin qu'il puisse aider d'avantage les entreprises exportatrices, pas seulement dans le paiement d'une partie des frais de transports.

-les organismes doivent s'impliquer d'avantage dans le traitement des dossiers d'exportations en tant qu'acteur dans les opérations du commerce extérieur ;

-élargir le champ d'action des organismes d'aide à l'exportation, à même intervenir dans les opérations d'achat et de vente à l'international ;

-améliorer le transport maritime (durée, disponibilité, cout) ;

-renforcer la synergie entre les acteurs chargés de l'export.

-il faut développer une coordination intersectorielle entre les entreprises

-faciliter les procédures administratives

Conclusion

La diversification des exportations a été un chemin à suivre pour l'économie algérienne afin de sortir de sa dépendance envers les hydrocarbures et d'assurer sa continuité, avec la crise économique qui ne cesse de s'aggraver.

Pour mettre en œuvre cette politique de diversification, l'Etat algérien a intervenu en mettant en place les différents dispositifs de promotion des exportations. Mais en réalité, ces organismes n'ont pas vraiment pu atteindre leurs objectifs, dans la promotion des exportations, car leurs missions sont limitées et il n'existe pas suffisamment de filiales de ces

organismes pour être plus proches des entreprise, et rester en contact avec elle afin d'être continuellement à l'écoute de l'environnement économique, pour pouvoir prévoir les changements en détectant les menaces et en saisissant les opportunités.

Effectivement à travers les entretiens réalisés avec les entreprises, nous avons remarqué que toutes les entreprises interviewées ont toutes entendu parler des organismes d'aide à l'exportation, à travers les salons, les foires et les séminaires, mais elles ne connaissent pas vraiment ces organismes et leurs rôle dans la promotion des exportations, car il n'existe pas vraiment une approche de ces organismes avec les entreprises, et il y'a un manque de diffusion de l'information concernant le rôle de ces organismes.

Conclusion générale

Conclusion générale

Conclusion générale

La diversification des exportations constitue un souci majeur pour les pays en voie de développement, ces derniers aperçoivent cette pratique comme moyen d'échapper à leur dépendance envers un secteur d'activité ou une richesse naturelle.

La dépendance d'un pays à un seul secteur d'activité ne pourra pas satisfaire, pour longtemps les exigences de cette son économie. Tout au long de ce travail, nous avons tenté de mettre en évidence les contraintes des entreprises algériennes liés à l'exportation, et la politique publique de soutien des exportations hors hydrocarbures, établie par le l'Etat algérien, et ayant affiché pour objectif de réussir à diversifier les différents secteurs de production.

De ce fait, nous avons constaté que la situation économique de l'Algérie reste inquiétante, la dépendance de l'économie algérienne à l'égard du secteur pétrolier ne pourra pas satisfaire pour longtemps ses besoins, vu que le pétrole constitue une ressource non renouvelable et la chute des prix du pétrole en état actuel alarme l'économie algérienne. À cet effet, le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie, est depuis plus d'une décennie, reste au centre d'une attention particulière des pouvoirs publics, qui ont mis en place des mesures d'encadrement destinées à promouvoir la production algérienne sur les marchés extérieur.

Au cours des deux premiers chapitres, nous avons rappelé l'aspect théorique de la diversification, et nous avons cité les exemples de réussite de la diversification des économies de quelques pays en voie de développement, nous avons également retracé l'évolution de l'économie algérienne depuis son indépendance jusqu'à aujourd'hui, ainsi que les différents dispositifs d'appui aux exportations hors-hydrocarbures et les accords d'association réalisés dans ce cadre.

Dans cette optique, notre problématique portait sur les raisons qui empêchent les entreprises algériennes de se tailler uns place sur les marchés internationaux, en dépit de la politique de diversification des exportations adoptée par l'Etat, dans le but de promouvoir le commerce extérieur en Algérie. Nous avons essayé de vérifier les deux hypothèses initiées afin de pouvoir les valider ou les rejeter. Pour cela une étude empirique a été réalisée pour pouvoir apporter des réponses à notre problématique.

Conclusion générale

Nous avons mené une enquête au sein des organismes d'aide à l'exportation et au sein de quelques entreprises exportatrices, du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia, dans le but d'évaluer l'efficacité de cette politique de promotion des exportations hors hydrocarbures, du point de vu des organismes et du point de vu des entreprises.

Nous avons opté pour les organismes les plus sollicités par la promotion des exportations à savoir ALGEX et CAGEX qui ont accepté de répondre à nos questions. Et pour le choix des entreprises nous avons choisis de cibler le secteur agroalimentaire car c'est le secteur le plus important en termes de nombre d'entreprises exportatrices, et c'est le secteur le plus privilégié qui a connu son essor important, depuis les années 70, avec les programmes publics de développement. Et en vue du manque de temps nous avons ciblé les entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia qui réalisent des opérations d'exportation plus au moins régulière à savoir COGB LA BELLE, CEVITAL, IFRI, SOUMMAM, GOURAYA GOLF THON.

A travers tous notre travail et notre enquête, nous avons pu confirmer les deux hypothèses :

La première hypothèse concernant l'incompatibilité des besoins des entreprises exportatrices et les services fournis par les organismes de promotions des exportations. Effectivement les services fournis par les organismes d'aide à l'exportation ne répondent pas à tous les besoins des entreprises exportatrices, il ya un manque de communication très important entre les entreprises et les organismes ; les entreprises algériennes n'ont pas une vision claire sur le rôle de ces organismes et leurs missions, et les organismes d'aide à l'exportation affirment qu'ils ne disposent pas suffisamment d'autonomie afin de pouvoir mener à bien leurs missions.

La deuxième hypothèse qui stipule que les entreprises algérienne n'arrivent pas à se tailler une place sur les marchés internationaux suite aux lourdeurs administratives qui freinent leurs activités d'exportation, a été aussi confirmé. Cependant, il faut noter qu'il existe d'autres obstacles outre les lourdeurs administratives qui empêchent les entreprises exportatrices à s'internationaliser, qui sont des problèmes de logistiques rencontrés lors de leurs opérations d'exportation.

Malgré tous les efforts fournis par l'Etat algérien dans la politique de diversification et la promotion du commerce extérieur, les exportations hors hydrocarbures demeurent toujours marginales.

Conclusion générale

Les résultats de notre enquête montrent clairement que de nombreux obstacles continuent d'entraver l'activité des entreprises exportatrices algériennes et parmi les entraves majeures :

En premier lieu on citera les obstacles que rencontrent les entreprises :

- Les obstacles liés aux lourdeurs administratives (le retard des avis favorables des banques, de la douane, les retards dans l'expédition des documents liés aux marchandises...);
- Les obstacles liés aux transports et à la logistique (l'indisponibilité du transport aérien);
- Le manque d'information sur le rôle des organismes d'aide à l'exportation.

En second lieu on citera les obstacles que rencontrent les organismes :

- Manque d'autonomie concernant leurs missions;
- Manque d'antennes régionales de ces organismes afin de pouvoir être plus proches des entreprises.

Il existent d'autres obstacles qui empêchent le bon déroulement de la politique de promotion des exportations hors hydrocarbure qui sont en relation avec la politique économique algérienne, où l'Etat algérien n'a pas pu mettre en place une politique économique de diversification fondée sur un plan économique clair et planifié à long termes, qui vise à sortir l'économie de sa situation de crise et sa dépendance envers les hydrocarbures.

Après avoir évoqué les différents obstacles qui freinent la politique de diversification en Algérie, nous supposons les recommandations suivantes :

- Accorder plus d'autonomies aux organismes de promotion des exportations, et veiller au bon déroulement de leurs missions, ainsi qu'à la coordination et la coopération entre les différents organismes destinés à la promotion des exportations hors hydrocarbure et créer des antennes régionales afin que toutes les entreprises puissent bénéficier de leurs services;
- Développer une culture à l'international pour les entreprises, et détecter les secteurs d'activité susceptibles d'être encourager à l'exportation pour pouvoir concurrencer le marché international;
- Créer des zones franches, et faciliter les procédures administratives pour assurer le bon déroulement des opérations d'exportation;

Conclusion générale

- Développer le transport maritime et aérien pour faciliter les échanges avec les autres pays.

Cependant, tout travail humain ne peut pas être parfait, le notre ne fait pas exception. Cette étude comporte certaines limites sur le plan théorique et méthodologique.

Sur le plan théorique, nous nous sommes basés sur peu de références bibliographiques, chose qui a limité notre développement théorique.

Sur le plan méthodique, d'un côté, les entretiens avec différentes entreprises de différentes wilayas et tous les organismes de promotion des exportations aurait été plus intéressant, de l'autre, notre guide d'entretien comprenait peu de questions pour pouvoir cerner notre problématique d'une manière plus profonde.

De ce fait, certaines perspectives de recherches futures s'ouvrent, à savoir :

- Analyser la démarche avec plus d'approfondissement en s'appuyant sur un cadre théorique plus riche ;
- Elaborer un guide d'entretien qui traite plusieurs axes afin de mieux cerner la problématique ;
- Essayer de réaliser des entretiens avec plus d'entreprises, et avec tous les organismes de promotion des exportations.

Table des matières

Table des matières

Remerciement

Dédicaces

Sommaire

Liste des abréviations

Liste des tableaux

INTRODUCTION GENERALE	1
Chapitre D)- cadre théorique de la diversification économique et présentation de quelques expériences	
Introduction	4
Section 1 : le concept de la diversification	4
1-1 définition de diversification économique	4
1-1-1 sur le plan micro-économique	5
1-1-2 sur le plant macro-économique.....	6
1-2 gènes de la diversification	7
1-2-1 sur le plan micro-économique.....	7
1-2-2 sur le plan macro-économique.....	8
1-3 les voies et types de la diversification	9
a- diversification verticale.....	9
b- diversification horizontale.....	11
c- diversification géographique	11
1-3-2 les types de la diversification	12
a- la diversification liée ou concentrique	12
b- la diversification non liée ou conglomerale.....	13
c)- la diversification financière.....	13

1-4 les fondements et les moyens de la diversification	14
1-4-1 les fondements de la diversification.....	14
a- le métier et le domaine d'activité.....	14
b- la synergie.....	14
c- technologie et marché	15
1-4-2 les moyens de la diversification	15
a- diversification de placement	15
b- diversification de redéploiement.....	16
c- diversification de survie	16
d- diversification de confortement.....	17
1-5 les raisons et les risques liée à la diversification	17
1-5-1 les raisons	17
a- augmenter les profits	18
b- éviter l'indépendance	18
c- se sauver	18
1-5-2 les risques liée à la diversification	19
Section 2 : présentation de quelques expériences de diversification	20
2-1 L'Indonésie : la réussite d'une politique de diversification.....	20
2-1-1 les politiques publiques visant pour diversifier son économie	21
2-1-2 les décisions visant l'autosuffisance avant 1990.....	21
2-1-3 les mesures de déréglementation des années 1990.....	23
a- programme de déréglementation de mai 1995	23
b- mesures de déréglementation optée en 1996.....	23
c- programme de déréglementation de 1997.....	24
d- la politique économique appliquée en 1998.....	25
2-1-4 les dispositifs des années 2000 jusqu'à nos jours.....	25
2 La diversification : expérience de quelques pays	26
Conclusion	28
Chapitre II)- le commerce extérieur en Algérie évolution et politique de diversification	
Introduction	29
Section 1)- le commerce extérieur en Algérie : principales réformes	29
1-1 le commerce extérieure en Algérie avant 1962.....	29

1-2 le commerce extérieure Algérien de 1962 à 1980.....	30
1-2-1 le monopole d'Etat sur les exportations.....	31
1-2-2 le monopole de l'Etat sur les importations.....	32
1-3 la libéralisation du commerce extérieur algérien : de 1990 à nos jours.....	33
1-3-1 les principales réformes de libéralisation du commerce extérieur en Algérie.....	33
a- les étapes de la libéralisation du commerce extérieur.....	33
b- processus de libéralisation du commerce extérieur	35
2 le commerce extérieur algérien en quelques chiffres.....	37
3 l'évolution des exportations hors hydrocarbure.....	41
3-1 les exportations hors hydrocarbures par groupes d'utilisation en 2016.....	44
Section 2)- les acteurs publics de promotion des exportations hors hydrocarbures	45
1-1 l'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX).....	45
1-2 la société algérienne des foires et exportations (SAFEX).....	46
1-3 la compagnie algérienne d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX).....	47
1-4 la chambre algérienne de commerce d'industrie (CACI).....	47
1-5 l'association nationale des exportateurs algériens (ANEXAL).....	48
2 les mesures incitatives et facilitations pour la promotion des exportations hors hydrocarbures	50
2-1 les principaux avantages fiscaux	50
2-1-1 Exonération en matière d'impôt direct	50
2-1-2 Exonération en matière de taxe sur le chiffre d'affaires.....	50
2-2 les avantages douaniers suspensifs à l'exportation.....	50
2-3 le contrôle des changes.....	51
2-4 facilitations financières.....	51
2-4-1 le fond spécial pour la promotion des exportations (FSPE).....	51
2-4-2 le fond le fonds national de régulation et de développement agricole (FNRDA).....	52
2-4-3 le circuit vert.....	52
2-4-4 programme «OPTIMEXPORT », un programme pour l'Algérie exportatrice	52
3 autres organismes publics	52
3-1 le centre algérien de contrôle de qualité et de l'emballage (CACQE).....	53
3-2 l'institut algérien de normalisation (IANOR).....	53
4 les accords conclus par l'Algérie dans le cadre de sa politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures	54

4-1 l'accord d'association de l'Algérie avec l'Union Européenne.....	54
4-2 l'adhésion à la grande zone arabe de libre échange (GZALE).....	55
4-3 l'accord de libre-échange avec la Jordanie.....	55
4-4 systèmes généralisés de préférences commerciales (SGP) avec les USA	56
4-5 les autres accords commerciaux	56
4-5-1 accords bilatéraux avec les pays arabes	56
4-5-2 convention dans le cadre de l'UMA.....	57
4-5-3 l'accord d'accession de l'Algérie à l'organisation mondial du commerce (OMC)....	57
Conclusion	57

Chapitre III : la contribution des organismes de soutien a l'export dans l'accompagnement des entreprises algériennes : cas du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaïa

Introduction	58
Section 1 : Méthodologie de travail et déroulement de l'enquête	58
1-1 objectif de l'étude.....	58
1-2 présentation de méthodologie de travail	58
1-3 définition de l'entretien.....	59
1-2-1 L'entretien non directif	59
1.2.2. L'entretien directif.....	59
1.2.3. L'entretien semi-directif	59
1-4 présentations de l'échantillon.....	59
1-5 les limites de notre étude.....	59
1-5-1 les obstacles rencontrés lors de notre recherche.....	60
Section 2 Analyse et interprétations des entretiens.....	60
2-1 Présentation des résultats des entretiens destinés aux organismes d'aide à l'exportation.....	61
2-1-1 Présentation des organismes	61
2-1-2 L'idée de création des organismes et leurs rôles et missions	62
2-2 Analyse des entretiens destinés aux entreprises agroalimentaires de la wilaya de Bejaïa.....	66
2-2-1 Présentation des entreprises interviewées	66

2-2-2 Informations liées aux produits destinés à l'exportation.....	67
a. CO GB LA BELLE.....	68
b. CEVEITAL	69
c. IFRI	69
d. SOUMMAM	69
e. GOURAYA GOLF THON	70
2.2.3. La relation entre les entreprises et les organismes d'aide à l'exportation	70
2-3 Synthèse générale.....	72
2-3 Recommandations et suggestions.....	78
Conclusion.....	78
Conclusion générale	81
Références bibliographiques	
Annexes	

Bibliographie

Références bibliographiques

1- Ouvrage

- BASILE GANIDIS : stratégie de diversification des grands groupes industrie, édition Eska, France, 2004.
- BENISSAD H. : la réforme économique en Algérie ou indicible ajustement structurel, OPU, Alger, 1991.
- BENSAID H. : réformes économique en Algérie, Alger, 1991.
- BOUZIDI. M, Le monopole d'Etat sur le commerce extérieur, Algérie, 1988.
- EDWIN BORSCHBERG, La diversification : stratégie de survie et de croissance, exposés de troisième cycle en gestion d'entreprise des universités romandes, Lausanne : Presses polytechniques romandes, Suisse, 1982.
- EUGENE ARTHUR, Diversification du portefeuille produits services et amélioration des performances dans les entreprises publiques camerounaises : cas de la MAGZI, NSOND ESSEC Douala-DU et négociation commerciale 2007.
- FRANCK BRULHART et all, les 7points de la croissance de l'entreprise, édition EYROLLES, paris, 2011.
- MAGAKIAN, AUDREY PAYAUD, 100 fiches pour comprendre la stratégie de l'entreprise , 2eme édition Bréal, 2007.
- ULRIKE MAYRHOFER, Gestion Management stratégique, édition Bréal, 2007.

2- Mémoires et thèse

- BENHENDA.N : Etude descriptive et analytique des exportations algérienne hors hydrocarbures (2000-2015), mémoire de Master en économie appliquée et prospective, école nationale supérieure de statistique et d'économie appliquée, 2015.
- DIEMER ARNAUT, Economie d'entreprise, IUEM D'AUVERGNE, préparation CAPET, PLP.
- HASSAINE K. : Accords d'association Algérie Union Européenne : Quelles perspectives pour l'économie algérienne ?, Mémoire de Magister en Sciences Economiques, Université d'Oran, 2001.
- GUENDOULI.B : information commerciale, facteur de promotion du commerce extérieur mémoire de magistère, en Sciences Economiques, université, Mouloud Mammeri, Tizi ousou, 2005.

- PATERNE NDJAMBOU: Diversification économique territoriale : enjeux, déterminants, stratégies, modalités, conditions et perspectives, thèse de doctorat, université du Québec à CHICOUMI, octobre 2013.

3- Articles et communications

- Ministère du commerce, direction de la promotion des exportations, recueil relatif aux avantages et facilitations accordés aux exportations hors hydrocarbures, avril 2007.
- BEZTOUH.D : Rôle de l'Etat dans la promotion et l'accompagnement des PME exportatrices en Algérie, journée d'étude le 24 et 25 juin 2013 au compuce d'Aboudaou.

4- Rapports et documents

- Bilan des exportations, chambre du commerce et de l'industrie de la soummam-Bejaia.
- BELLOCQ FX, chaponnière JR ; l'Indonésie dix ans après la crise ; aFd. 2008.
- Diversification de l'économie des pays riches en ressources naturelles Contribution préparée pour le séminaire de haut niveau du FMI Ressources naturelles, finance et développement, Alger, 4-5 novembre 2010.
- Document de stratégie de pays, stratégie_chili_pdf. 2007-2013.
- Études économiques de l'OCDE Indonésie, mars, 2015.
- OMC/ examens des politiques commerciales : Indonésie décembre 1998.
- Rapport de la chambre du commerce et de l'industrie française en Malaisie en Mars 2010.

5- Revues

- Guide des exportateurs algériens, Répertoire des exportateurs algériens, édition 2017.
- La revue de la Direction Commerciale CAGEX, l'assurance crédit et financement à l'export l'apport de la CAGEX dans la promotion des exportations et au développement du marché local, année 2008.

6- Réglementations :

- Journal officiel de la république algérienne N°39.

7- Les sites internet

- <https://www.mataf.net/fr/edu/glossaire/diversification-financiere>.

- <http://www.cetri.be/IMG/pdf/2-4>.
- www.imf.org
- https://www.wto.org/french/tratop_f/tpr_f/tp096_f.htm,
- www.algerie-eco.com
- www.minicommerce.gov.dz.
- www.algex.dz.
- www.safex-algerie.com
- www.cagex.dz
- www.caci.dz
- www.exportateur-algerie.org,
- www.douane.gov.dz.
- http://www.algex.dz/index.php/export_algex/item/709-fspe
- <http://www.onsmaep.bj/>
- <http://www.douane.gov.dz>.
- www.cacqe.org.
- <http://www.mincommerce.gov.dz/procedform/expetatunis.pdf>
<http://www.mincommerce.gov.dz/?mincom=pomc>
- <http://www.e-marketing.fr/définition-glossaire/Entretien-238157.htm>.
- <https://www.cairn.info/revue-d-economie-politique-2005>
- <http://www.toupie.org/Dictionnaire/Diversification.htm>
- <http://diversification.insa-rennes.fr>.

Annexes

Entretien destiné aux organismes d'aide à l'exportation

Nom de l'organisme : ALGEX

Question 1 : Pouvez vous nous présenter votre organisme en quelques lignes ?

Réponse 1 :

.....
.....
.....

Question 2 : Etes-vous une entreprise :

- Publique ;
- Privée ;
- Mixte ;
- Étrangère.

Réponse 2 :

.....
.....

Question 3 : Votre entreprise est-elle classée comme :

- Grande entreprise ;
- PME ;
- Très petite entreprise.

Réponse 3:

.....
.....

Question 4 : De combien de salariés dispose votre organisme?

- De 0 à 9 ;
- De 10 à 49 ;

- De 50 à 249 ;
- Plus de 250.

Réponse 4 :

.....

Question 5 : Quel est le statut juridique de votre organisme ?

- EURL ;
- SARL ;
- SNC ;
- SPA.

Réponse 5 :

.....

Question 6 : Quels types de services votre organisme offre t-il aux entreprises ?

Réponse 6 :

.....
.....
.....

Question 7 : Quelles sont les difficultés que rencontre les entreprises lors d'une opération d'exportation ?

Réponse 7 :

.....
.....
.....

Question 8 : Envers quelle destination les entreprises rencontrent elles des difficultés lors d'une opération d'exportation ?

Réponse 8 :

.....
.....

Question 9 : Quels sont les obstacles qui freinent le bon déroulement de vos missions ?

Réponse 9 :

.....
.....
.....

Question 10 : Qu'est ce que vous proposez pour améliorer le rôle des organismes d'aide à l'exportation ?

Reponse 10 :

.....
.....

Question 11 :D'après vous, pourquoi les exportations hors hydrocarbures en Algérie ne décollent pas ?

Réponse 11 :

.....
.....
.....
.....

Entretien destiné aux entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia

Nom de l'entreprise :.....

Question 1 : pouvez vous nous présenter votre entreprise en quelques lignes ?

Reponse1 :.....
.....
.....
.....
.....
.....

Question 2 : Quelle est la date de création de votre entreprise ?

Reponse 2 :.....

Question 3 : Etes-vous une entreprise :

- Publique ;
- Privée ;
- Mixte ;
- Étrangère ;

Reponse 3 :.....

Question 4 : votre entreprise est-elle classée comme :

Reponse 4:.....

- Grande entreprise ;
- PME ;
- Très petite entreprise ;

Question 5: de combien de salariés dispose votre entreprise?

- De 0 à 9 ;
- De 10 à 49 ;
- De 50 à 249 ;
- Plus de 250 ;

Question 6 : quel est le statut juridique de votre entreprise ?

- EURL ;
- SARL ;
- SNC ;
- SPA ;

Reponse6 :.....

Question 7 : quels types de produits vous fabriqué ?

Reponse 7 :.....

Question 8 : vos produits sont ils adaptés à la demande étrangère ?

Reponse 8:

- Oui
- Non

En termes de :

- Prix ;
- Qualité ;
- Normes internationales ;
- Autres éléments (précisez SVP) ;

.....

Question 9 : faits-vous ou avez-vous envisagé de faire de l'exportation?

- Oui
- Non (pourquoi?)

Si oui, est ce que cela fait partie des objectifs ou des missions initiales depuis la création de votre entreprise, ou bien c'est une mesure récente ?

Repense9:.....
.....

Question 10 : depuis quand avez-vous commencé à exporter ?

Repense 10:.....

Question 11 : Quels sont les facteurs qui vous ont poussés à faire de l'exportation ?

Repense11 :.....
.....
.....

Question 12 :Est-ce que tous les produits fabriqués sont destinés à l'exportation ?

- Oui
- Non, Pourquoi ?

Repense12 :.....
.....

Question 13 :Est-ce que les produits exportés ont les mêmes critères que les produits destinés à la demande nationale ou locale ?

Repense13 :.....
.....

Question 14 :Est-ce que vous exportez régulièrement ? (en moyenne combien par année) ?

Repense 14 :.....

Question 15 : Est-ce que vous exportez toutes les gammes de vous produits ?pourquoi ?

Repense15 :.....
.....

Question 16 : Envers quelle destination avez-vous rencontré des difficultés lors de votre opération d'exportation ?

Reponse 16 :.....

.....

Question 17 : quels sont les obstacles ou les facteurs que vous rencontrez lors d'une opération d'exportation ? Sont il liés :

- Aux lourdeurs administratives
- Aux difficultés d'accéder aux financements
- Au manque d'information sur le marché extérieur
- Aux couts de transports ou d'assurance autres obstacles (précisez SVP)

Reponse17 :.....

.....

.....

Question 18 : Avez-vous entendu parler des politiques de soutien et promotion des exportations en Algérie ?

Reponse 17 :

- Oui
- Non

Si oui, par quel moyen ?

.....

.....S.....

Question 18 :avez-vous fait appel aux organismes d'aide à l'exportation ?

Reponse 18 :

- Oui
- Non, pourquoi ?

.....

Si oui, quel organisme avez vous choisis ?et pourquoi ?

.....

Question 19 : Quel type d'aide avez-vous sollicité ?

Reponse 19 :

.....
.....

Question 20 : Pouvez vous nous décrire votre expérience en quelques lignes ?

Reponse 20:

.....
.....
.....
.....

Question 21 : combien de fois avez-vous sollicité l'aide de ces organismes ?

Reponse 21 :

.....

Question 22 : l'organisme à t-il répondu favorablement à toutes vos demandes ?

Reponse 22 :

.....

Question 23 : Quel est l'apport de cette prestation ?

Reponse 23 :

.....
.....

Question 24 : avez-vous appréciée cette collaboration ?

Reponse 24 :

.....

Question 25: comment jugez vous la performance de ces organismes ?

Reponse 25 :

- Moyenne ;
- Bonne ;

- Très bonne ;
- Excellente ;

Pourquoi ?.....

Question 26 : qu'est ce que vous proposer pour améliorer le rôle des ces organismes d'aide à l'exportation ?

Reponse 26 :

.....
.....
.....

Question 27 :d'après vous, pourquoi les exportations hors hydrocarbures en Algérie ne décollent pas ?

Reponse 27 :

.....
.....

Résumé

L'objectif de la stratégie de diversification est de réussir à augmenter et à développer les exportations hors hydrocarbures en Algérie. Pour faire face à la dépendance de l'économie algérienne envers les hydrocarbures qui est porteuse de risques pour la situation économique du pays. Le gouvernement algérien a mis en place des mesures et des dispositifs d'aide à l'exportation, des accords et des facilitations.

Notre travail consiste en une enquête sur le terrain au sein des organismes d'aide à l'exportation et au sein de quelques entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia, dans le but d'évaluer l'efficacité de cette politique de promotion des exportations hors hydrocarbure.

L'enquête que nous avons menée ainsi que nos recherches nous ont permis de déduire, qu'un manque d'autonomie des organismes d'aide à l'exportation, et un manque de communications entre ces derniers et les entreprises, et l'absence d'une politique de diversifications cohérente et efficace justifient l'échec de cette politique.

Mots –clés : politique de diversification, dispositifs d'aide, exportations hors hydrocarbures.

Abstract

The objective of the diversification strategy is to succeed in increasing and expanding non-hydrocarbon export in Algeria. To deal with the dependence of the Algerian economy on hydrocarbons this is a bearer of the economic situation of the country. The Algerian government has put in place measures and aid devices to help it export. Agreements, facilitation, to promote hydrocarbon exports and to successfully diversify.

Our work consists of on-the-spot survey within export support organization and a few export companies in the agro alimentary sector of the wilaya of Bejaia in order to assess the effectiveness of the policy of promoting no-hydrocarbon exports.

Keywords: diversification policy, aid devices, non-hydrocarbon exports.