

Ecole des Hautes Etudes Commerciales



Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de Master en sciences
commerciales

Option : affaires internationales

THEME :

**Essai d'évaluation des mesures d'aides à
la promotion des exportations hors
hydrocarbures
Études de cas : les dattes Algériennes**

Réalisé par :

M^{elle}. Sarah MISRAOUI

Encadré par :

Mme. Lynda GRINE

Maitre de conférences classe A à EHEC

Promotion 2017/2018

Ecole des Hautes Etudes Commerciales



Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de Master en sciences
commerciales

Option : affaires internationales

THEME :

**Essai d'évaluation des mesures d'aides à
la promotion des exportations hors
hydrocarbures
Études de cas : les dattes Algériennes**

Réalisé par :

M^{elle} .Sarah MISRAOUI

Encadré par :

Mme. Lynda GIRINE

Maitre de conférences classe A à EHEC

Promotion 2017/2018

Résumé

Dans le cadre de la promotion des exportations hors hydrocarbures, le pouvoir public a affiché sa volonté en matière de préparation du pays à la phase de l'après pétrole par la mise en place d'un dispositif institutionnel et réglementaire mais aussi financier afin d'encourager les entreprises nationales à développer leur activité d'exportation.

Sur le territoire algérien, ce ne sont pas les ressources qui manquent, mais leur bonne exploitation. La datte algérienne est l'un de ses produits de terroir de qualité, trop peu valorisé et qui souffre de dysfonctionnements sur toute sa chaîne de valeur

Dans ce travail de recherche, nous avons tenté de comprendre et de bien cerner et de réaliser un diagnostic sur les différents obstacles que rencontrent les exportateurs de dattes en Algérie.

Il ne s'agit pas de seulement de soutiens financiers dont auraient besoin les exportateurs algériens de dattes, mais de la conversion des soutiens de l'Etat en actions de mise à niveau, de formation, d'accompagnement, de réduction de frais à l'international, aussi et surtout de facilitation de toutes les procédures.

Pour lancer les exportations de la datte algérienne de la manière souhaitée, plusieurs mesures doivent être prises que ce soit par l'Etat et même par les entreprises exportatrices, ainsi qu'une bonne stratégie .Donc la promotion des exportations est la responsabilité à la fois des pouvoirs publics et des exportateurs.

Mots-clés :

Exportations hors hydrocarbures, exportation de dattes Algériennes, obstacles, soutiens de l'Etat.

Abstract

As part of the promotion of non-oil exports , public power has shown a willingness in preparing the country for the post-oil phase with the set up including an institutional and regulatory framework but also financial order encourage domestic enterprises to develop their export business..

On the Algerian territory, it is not the resources which miss, but their good exploitation. The Algerian date is one of its quality local products, too little valued and suffering from malfunctions throughout its value chain.

In this research work, we have tried to understand and to clearly identify and make a diagnosis on the different obstacles faced by date exporters in Algeria.

There is no financial assistance available Algerian exporters would need, but the conversion of state support to upgrade, training, coaching, internationally fee reduction, as and especially facilitating all procedures.

To launch exports of the Algerian date in the desired way, several measures must be taken by the State and even by the exporting companies, as well as a good strategy. So the promotion of exports is the responsibility of both public authorities and exporters.

Keywords :

Non-Oil exports, exportation of Algerian dates, obstacles, state support.

ملخص

أظهرت السلطات العامة إرادتها من حيث إعداد البلاد للمرحلة التالية للنفط من خلال إنشاء آلية مؤسسية وتنظيمية ولكن مالية أيضاً تشجيع الشركات المحلية لتطوير أعمال التصدير الخاصة بها.

على الأراضي الجزائرية، ليست الموارد التي تفتقد، ولكن استغلاله الغير جيد. إن الثمار الجزائرية هي أحد المنتجات المحلية عالية الجودة، وهو قليل القيمة جداً ويعاني من الأعطال في جميع أنحاء سلسلة القيمة

في هذا العمل، حاولنا أن نفهم ونتعرف بوضوح على العقبات المختلفة التي يواجهها مصدرو التمر في الجزائر.

نؤكد أن المشاكل التي تواجه المصدريين فعالة وحقيقية فهي حاضرة في كل حلقة من سلسلة التصدير.

وبذلك نوضح أن المصدريين الجزائريين لا يحتاجون لدعم مالي فقط وإنما التكوين والتدريب لتطوير التجارة الدولية

تخفيض الرسوم وخاصة تسهيل كافة الإجراءات التجارية العالمية.

لبدء الصادرات غير النفطية على النحو المطلوب يجب اتخاذ عدة خطوات إما من قبل الدولة وحتى الشركات المصدرة لذا ترويج الصادرات مسؤولية كل السلطات العامة والمصدريين

كلمات البحث

الصادرات الغير النفطية، تصدير النمر الجزائرية، العراقيل، دعم الدولة.

Dédicace :

*À la lumière de mes jours, la source de mes efforts, ma vie et mon bonheur, à celle qui s'est toujours sacrifiée pour me voir réussir, à toi
ma douce maman*

À qui m'a enseigné le sens de vie, mon exemple éternel, mon soutien moral et source de joie et de bonheur, à toi mon papa

Aux deux hommes de ma vie, mes très chers frères Mouloud et Karim que Dieu vous protège et vous garde toujours à mes côtés

*À la mémoire de mes grands-pères chéris que vos âmes reposent en
paix*

À mes très chères grandes mères que dieux vous gardent pour moi

*À mes très chères tantes Amina, Nassima et Ouahiba, la raison
de mon bonheur*

*À vous ma deuxième famille mes très chères amis : Khalel,
Katia, Asma, Fatima et mes deux Fella*

Et tous ceux que j'ai connus au cours de mon cursus

Remerciements

Avant tout développement sur cette expérience professionnelle, il apparaît opportun de commencer ce travail par des remerciements, à ceux qui m'ont beaucoup appris au cours de ce stage, et même à ceux qui ont eu la gentillesse de faire de ce stage un moment très profitable.

Je tiens à remercier en premier le bon Dieu de m'avoir donné la force et le courage pour terminer ce modeste travail.

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude et ma sincère reconnaissance à **Mme GERINE Lynda** pour la qualité de son encadrement, son savoir faire, ses critiques, sa bienveillance tout au long de la réalisation de ce travail.

Je tiens également à remercier **Mme. Souhila ABBELACHE, Mme. Sichem MANSOUR, Mr. Karim TOUDER et Mr. GUETTOUCHA Sieffedine** pour leur accueil et leur aide.

Ces remerciements ne seraient pas complets sans une pensée pour tous mes enseignants ayant contribué à ma formation universitaire, plus particulièrement Mme Ibtisseme BRAHITI pour qui je voudrais exprimer mes sincères respects.

Mes remerciements iront à tous les membres du jury qui ont accepté de consacrer le temps qu'il faut pour évaluer mon travail de recherche.

Enfin, je tiens à remercier toutes les personnes qui de près ou de loin m'ont aidé et encouragé à bien mener ce modeste travail.

Liste de figures

N°	Intitulés des figures	Pages
N°1	Types De Risques	18
N°2	Organisation Centrale Du Ministère De Commerce	49

Listes des graphiques

N°	Intitulés des graphiques	Page
N°1	La production mondiale de dattes en tonnes	55
N°2	L'évolution des exportations mondiales de dattes	56
N°3	Les principaux pays exportateurs de dattes dans le monde	57
N°4	L'évolution de la production de datte de l'Algérie en(Qx)	57
N°5	Le taux des exportations de dattes dans le total des exportations hors hydrocarbures en Algérie en 2016 (%)	59
N°6	Les quantités récoltées de datte en totale et de la Deglet Nour (DN) en (Qx).	60
N°7	Les quantités (kg) commercialisées en dattes par catégorie	61
N°8	l'évolution des exportations de datte algérienne en quantité (kg).	62

N°9	les exportations de dattes algériennes en quantité (kg) par catégories.	63
N°10	les exportations de dattes algériennes en valeur (USD) par catégories.	64
N°11	comparaison des exportations de dattes en quantité (Kg) par mois entre 2015 et 2016	65
N°12	comparaison des exportations de dattes en valeur (USD) par mois entre 2015 et 2016.	65
N°13	Les principaux pays importateurs de la datte algérienne en quantité (Kg) et en valeur (UDS) de la variété Deglet Nour en 2016	66
N°14	Les principaux pays importateurs des autres dattes fraîches algériennes en quantités et en valeur en 2016	67
N°15	Les principaux pays importateurs des autres dattes séchées algériennes en quantités (kg) et en valeur (USD) en 2016.	68

Liste des tableaux

N°	Intitulés des tableaux	Page
N°1	Analyse SWOT de chaîne d'exportation de dattes algériennes	71
N°2	Les points positifs et les points négatifs des résultats de l'étude	73

Liste des abréviations

ANEXAL : Association National des Exportateurs Algériens

BA : La Banque d'Algérie

CA : Chiffre d'Affaire

CACI : Chambre Algérienne du Commerce et d'Industrie

CAGEX : Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations

CACQUE : Centre Algérien du Contrôle de la Qualité et de l'Emballage

CNAN : Compagnie Nationale Algérienne De Navigation

CNIS : Centre National de l'Informatique et des Statistiques

DA : Dinars Algérien

DN : Deglet Nour

DSA : Direction Des Services Agricoles

DSASI : Direction Statistiques Agricoles Et Des Systèmes D'information

EPA : Etablissements Publics Administratifs

FAO : Food And Agriculture Organisation Of The United Nations

FNRDA : Fond National de Régulation et Développement Agricole

FSPE : Fond Spécial pour la Promotion des Exportations

GZALE : la Grande Zone Arabe de Libre-échange

HOS : Heckscher – Ohlin – Samuelson

IBS : Impôt sur le Bénéfice des Sociétés

INCITERM : International Commerce TERMS

Kg : kilogramme

OMC : l'Organisation Mondiale du Commerce

ONFAA : Observation National des Filières Agricoles et Agroalimentaires

PROMEX : Office National de Promotion des Exportations

PVD : Pays En Voie De Développement

PME : Petite Et Moyenne Entreprise

Qx : Quantité

SAFEX : Société Algérienne des Foires et Exportations

SGP : **Système** Généralisé De Préférences Commerciales

SPA : Société Par Actions

TAP : Taxe Sur L'activité Professionnelle

TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée

UMA : UNION MAGHREB ARABE

USA : United States of America

USD : Dollars américains

VF : Versement Forfaitaire

Sommaire

Introduction générale.....	1
<u>Chapitre1 : le commerce international</u>	4
Section1 : les théories traditionnelles du commerce international.....	5
Section2 : les nouvelles théories du commerce international.....	10
Section3 : les risques dans les opérations du commerce international.....	17
<u>Chapitre2 :les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie.</u>	22
Section1 : les organismes d'appui aux exportations hors hydrocarbures	23
Section2 : Les mesures initiatives et facilitations pour la promotion des exportations hors hydrocarbures	31
Section3 : Les principaux obstacles des entreprises algériennes à l'exportation	45
<u>Chapitre3 : l'Algérie face au défi de la promotion des exportations des dattes Algériennes.</u>	49
Section1 : présentation de l'organisme d'appui et de la méthodologie recherche.....	50
Section2 : présentation des résultats des études	55
Section3 : synthèse de résultats, recommandations et suggestions.....	77
Conclusion générale.....	82

Introduction générale

Introduction générale

Introduction générale

Le monde d'aujourd'hui est caractérisé par une évolution rapide du commerce international, due principalement à la mondialisation, par conséquent l'activité de l'exportation est devenue une nécessité pour les nations pour survivre face à une telle conjoncture.

Le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie est depuis plus d'une décennie au centre d'une attention particulière de la part des pouvoirs publics, qui souhaitent développer l'économie algérienne se caractérisant par une mono-exportation. En effet, les exportations hydrocarbures constituent la part la plus importante du total des exportations, ce qui constitue un handicap majeur pour l'économie algérienne.

Face à cette situation, il nous faut une alternative, et la diversification représente la seule solution, dans la mesure où l'Algérie a les ressources naturelles nécessaires.

Pour cette raison, les pouvoirs publics ont mis en place une démarche afin de booster les exportations hors hydrocarbures, cette démarche se traduit par la mise en place des différents dispositifs et mesures incitatives permettant d'accompagner et d'encourager des entreprises nationales dans leur processus d'exportation.

Cependant malgré tous ces efforts, les exportations hors hydrocarbures demeurent faibles et contribuent de façon très marginale aux ressources de la nation.

À cet effet, notre recherche porte sur « la promotion des exportations hors hydrocarbures », en nous intéressant particulièrement à la promotion des exportations de dattes algériennes qui constitue une véritable richesse pour notre pays.

La problématique que nous établissons est la suivante :

Comment les mesures d'aides à la promotion des exportations hors hydrocarbures peuvent-ils pallier les contraintes qui entravent le processus d'exportation de la datte Algérienne ?

Introduction générale

La réponse à cette interrogation conduit inévitablement à tenter de répondre à certaines sous-questions, dans le but d'apporter un éclairage sur des aspects de la problématique posée :

1. La politique et les instruments d'accompagnement sont-ils réellement adaptés aux besoins des exportateurs ?
2. Le produit algérien est-il compétitif sur le marché international?
3. Quelles sont les raisons de la faiblesse des exportations de la datte Algérienne ?

Pour nous aider à mieux comprendre ce sujet, nous avons posé les hypothèses suivantes :

Hypothèse 01 : bien que des efforts en matière de promotion des exportations hors hydrocarbures soient consentis, les entreprises nationales n'arrivent toujours pas à se tailler une place sur les marchés internationaux en raison de leurs non satisfactions des prestations de ses dernières.

Hypothèse 02 : le produit algérien n'est pas conforme aux normes internationales.

Hypothèse 03 : la lenteur des procédures administratives et le manque de savoir faire à l'international freinent le développement des exportations de dattes en Algérie.

En outre, pour le choix de ce thème, plusieurs raisons nous ont motivés, parmi lesquelles :

En premier lieu, malgré toutes les dispositions prises par les pouvoirs publics pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures, ces dernières restent stagnées et n'arrivent pas à se développer.

Ensuite, il y a la crise que nous vivons aujourd'hui, le piège de la rente pétrolière est en train de se refermer sur l'Algérie avec la baisse du prix de l'or noir, que ferons-nous s'il n'y aura plus de pétrole ?

Enfin, nous avons voulu choisir un thème qui soit en relation avec notre spécialité qui est affaire internationale afin de mettre en avons tout ce qu'on a appris au cours de notre formation.

Au vu de la nature de notre sujet, nous avons eu recours, d'un point de vue méthodologique, aux méthodes de recherche suivantes :

Introduction générale

- Une recherche bibliographique via différents ouvrages et autres documents, dans le but de constituer une partie dédiée aux concepts théoriques nécessaires à la compréhension du sujet.
- Une étude descriptive analytique qui consistera à analyser les statistiques récoltées.
- Une étude qualitative qui aura pour but de découvrir les raisons qui bloquent les exportations des dattes malgré tous les efforts engagés dans ce secteur.

Afin de nourrir notre réflexion et alimenter des pistes de réponses à notre problématique, ce travail de recherche s'articulera autour de trois chapitres :

Le premier chapitre sera consacré au traitement des théories, ainsi que les risques liés au commerce international.

Dans le deuxième chapitre, nous tenterons de présenter les différents organismes d'appui pour la promotion des exportations hors hydrocarbures, ainsi les mesures et facilitations mises en place pour encourager les entreprises à exporter, et enfin les différentes contraintes qui bloquent le développement des exportations hors hydrocarbures.

Le troisième chapitre traitera les exportations de la datte algérienne, au cours de ce chapitre on analysera les résultats de l'étude quantitative ainsi que l'étude qualitatives afin de faire ressortir les contraintes liées à l'exportation de la datte algérienne, après cela nous tenterons de présenter quelques recommandations pour remédier à ses obstacles.

Chapitre 1 : le commerce international

Chapitre 1 : le commerce international

Introduction

Les exportations et les importations constituent ce que l'on a coutume d'appeler les échanges internationaux. Leur influence sur la croissance économique dépend du degré d'ouverture du pays. Les théories du commerce international cherchent à expliquer les flux d'échanges entre nations ainsi que leurs avantages à la spécialisation. Au sens strict, le commerce international concerne toutes les opérations de vente et d'achat de marchandises réalisées entre espaces économiques nationaux. Au sens large, le commerce international inclut un grand nombre de transactions internationales.

Les théories du commerce international s'intéressent à la modélisation des échanges de biens et de services entre États. Elle se penche également sur les questions d'investissement international et de taux de change, elles présentent les échanges commerciaux, comme étant une solution pour maximiser le bien-être de la nation. Elles ont pour objectifs d'expliquer et de comprendre pourquoi les pays participent-ils à l'échange international ?

En matière d'économie internationale, l'important pour les théoriciens est d'une part de savoir si les échanges permettent d'assurer le développement économique; et d'autre part de connaître les conditions des échanges internationaux, cependant ses échanges ne sont pas sans risque.

Pour cela, nous allons tenter d'abord, dans ce présent chapitre, de présenter les théories traditionnelles ainsi que les nouvelles théories du commerce international, et enfin d'énumérer les différents risques liés au commerce extérieur.

Chapitre 1 : le commerce international

Section1 : les théories traditionnelles du commerce international

La théorie (néo)-classique de l'échange international trouve ses fondements dans le concept d'avantages comparatifs. Cette notion permet de montrer en quoi le libre-échange est meilleur que le protectionnisme et pourquoi les pays ont intérêt à se spécialiser dans les secteurs où ils disposent de tels avantages.

Fondée par Adam Smith, David Ricardo, HECHSCHER, OHLIN et SAMUELSON. Leur contribution principale est l'introduction des mathématiques dans l'analyse économique ainsi que le développement de la théorie de l'utilité marginale et du concept d'équilibre, en plus d'avoir ouvert la voie à la théorie de la concurrence monopolistique et de l'organisation industrielle.

Ils ont défendu le principe d'économie du marché; considérant que tout déséquilibre sur le marché des biens et des facteurs se corrige par un ajustement des prix¹.

1.1 La théorie de l'avantage absolu d'Adam Smith (1776)

Le point de départ de l'analyse présentée en 1776 par Adam Smith dans ses recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations est que la maxime de tout chef de famille avisé est de ne pas essayer de faire chez soi la chose qui lui coûtera moins cher à acheter qu'à faire. Il ne faut donc pas hésiter à acheter de l'extérieur tout ce que les producteurs étrangers peuvent produire à meilleur coût que les nationaux. Ce principe général débouche sur une conclusion opérationnelle: Instaurer des obstacles aux échanges internationaux serait peu "avisé". Adam Smith renforce cette conclusion par des arguments complémentaires: L'échange entre deux Nations permet à chacune d'elles d'écouler les excédents de production de ses activités compétitives et donne ainsi une valeur à ce qui serait sans cela inutile, en élargissant donc le revenu. En outre, le commerce extérieur permet d'accroître la capacité d'épargne, par le processus d'accumulation. En effet, si l'exportation accroît le revenu national, l'achat de biens à l'étranger réduit le coût de la consommation nationale.

¹ I.KENNANI, R.LAHMAR : « *l'analyse des politiques commerciales étudiées en Algérie depuis l'indépendance jusqu'à 2012* », mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de master en science commerciale, université de Bejaia, 2013, p6.

Chapitre 1 : le commerce international

Selon lui le développement d'une activité au prix d'un système de protection contre la concurrence étrangère peut être défavorable à l'accroissement de la richesse de l'ensemble de la nation, tel qu'il est le cas si le protectionnisme conduit une entreprise à utiliser plus de capital pour obtenir un produit déterminé que ce qui serait nécessaire en laissant jouer la spécialisation internationale: ce surcroît de capital est en quelque sorte gaspillé. La suppression des protections contre la concurrence étrangère peut entraîner la disparition de telles entreprises, et donc certaines pertes de capital. Cet argument conforte la maxime d'Adam Smith: l'échange est favorable à chaque nation; et chaque nation y trouve un avantage absolu, que le protectionnisme limiterait ou ferait disparaître. L'analyse d'Adam Smith est le point de départ de la théorie classique, qui sert de fondement à toutes les politiques du libre-échange¹, mais si l'on pousse ce raisonnement à la limite, on risque d'aboutir à une conclusion paradoxale: Si un pays peut trouver à l'étranger, à moindre coût, et sans limitation de volume, tous les biens dont il a besoin, il a intérêt à acheter de l'extérieur tout ce qu'il doit consommer. La théorie des avantages absolus exclut l'échange réciproque entre pays ayant des niveaux très différents de développement². En effet, le plus développé est susceptible de bénéficier de la productivité la plus élevée dans tous les secteurs ; Smith n'explicite pas les déterminants de la répartition du gain entre partenaires, si les deux pays gagnent de l'échange, cela ne signifie pas pour autant qu'ils retirent un gain identique; le contraire, si un pays ne bénéficie d'aucun avantage absolu il ne peut pas prendre part au commerce international. D'où la référence à la théorie des avantages comparatifs de Ricardo.

1.2 La théorie de l'avantage comparatif (1817)

Dans son ouvrage « *Principes de l'économie politique et de l'impôt* », David RICARDO avance que l'échange est souhaitable même dans des situations où ils n'existent pas d'avantages absolus. Il explique qu'un pays a intérêt à se spécialiser même s'il n'a aucun avantage absolu pour tous les biens qu'il produit, selon sa théorie, nul n'a besoin d'avoir un avantage absolu³. Les pays sont gagnants à l'échange s'ils se spécialisent dans la production des biens qui supportent le coût de production relative le plus faible et s'ils

¹ E.PAULIN : « *Théories de la spécialisation internationale et économies insulaires: Le cas des îles de la Caraïbe* », éd L'Harmattan, 1997, p60.

² E.NYAHOMO, P.PROULX : « *COMMERCE INTERNATIONAL : théories, politiques et prospection industrielle* », 4^{ème} édition presse de l'université de Québec, 2000, p 104.

³ G.DE LEENER : « *théories et politiques du commerce international* », éd Maurice LAMERTIN, 2007, p166.

Chapitre 1 : le commerce international

importent le bien qui supporte le coût de production relative le plus élevé. Il existe un cas particulier non étudié par Smith quand un pays n'a aucun avantage absolu sur ses partenaires commerciaux, donc il ne peut pas se spécialiser dans une production pour échanger commercialement avec les autres. Ricardo élabore la théorie des avantages comparatifs pour remédier à la faille théorique de Smith¹. Ainsi d'après « *la loi des avantages comparatifs* », chaque pays a intérêt à se spécialiser dans les productions où il possède la plus grande supériorité ou la moins grande infériorité. Le principe de cette théorie est :

- le travail est le seul facteur de production ;
- une parfaite mobilité des facteurs de production à l'intérieur d'un pays mais ces facteurs ne sont pas mobiles entre les pays ;
- un plein emploi des facteurs de production dans chaque pays (absence de chômage);
- les pays sont de taille identique et ont des techniques de production différentes qui sont indépendantes du prix des facteurs de production ;
- les coûts de production sont indépendants des quantités produites.

Toutefois, comme le souligne John Stuart Mill (1848), cette spécialisation (sur la base des avantages comparatifs) n'est favorable que si la demande étrangère de produits nationaux est suffisante. Frank Graham a démontré en 1923 que la levée de l'hypothèse des couts constants peut amener à limiter les gains à l'échange au cours du temps. Il exprime ainsi une limite des gains à l'échange dans le modèle Rocardien lorsque le temps est pris en compte. Le modèle de Ricardo est statique, il ne peut donc pas être généralisé à partir de son raisonnement l'évolution des gains à l'échange.

Difficile de conclure que D. Ricardo soit en contradiction avec lui-même. La théorie des avantages comparatifs, certes très simplifiée, avait sans doute pour vertu de démontrer l'intérêt pour un pays riche, d'importer un bien de l'étranger.

¹https://www.wto.org/french/thewto_f/whatis_f/tif_f/fact3_f.htm consulté le 01/04/2018 21 :15.

Chapitre 1 : le commerce international

Cette théorie a été critiquée pour :

- le caractère statique du modèle qui ne permet pas d'expliquer l'évolution de la spécialisation d'un pays tel que le Japon qui est passé d'une spécialisation fondée sur le textile à une spécialisation fondée sur la sidérurgie puis sur l'automobile et électronique ;
- le modèle de Ricardo ne permet pas d'expliquer les échanges entre pays ayant les mêmes niveaux relatifs de productivité et le commerce intra-branche ;
- l'origine des différences de productivité n'est pas explicite.

1.3 Le modèle de dotation factorielle ou la théorie de HOS

Le modèle classique de l'avantage comparatif explique que le commerce entre deux nations résulte de la différence entre les coûts de production, ainsi Ricardo raisonnait en matière d'un seul facteur de production qui varie selon le pays. Mais alors, il convient de s'interroger sur les sources réelles de cette différence de productivité entre les pays. Ces économistes ont fourni des réponses à cette importante question : Eli HECKSCHER (1879-1952) ; BERTIL OHLIN (1899-1979) et Paul SAMUELSON (1915). Les deux premiers auteurs attribuaient les différences internationales de coût de production à deux causes :

- a- les différences de dotation en facteur ;
- b- l'intensité en facteurs variable selon les biens ;

D'où la terminologie du modèle de dotation factorielle, lequel repose sur ses hypothèses suivantes :

1. la dimensionnalité qui vise à faciliter la démonstration des gains de change en ne considérant qu'un nombre fini de biens ;
2. l'immobilité des facteurs entre pays qui considère que les facteurs sont mobiles à l'intérieur d'un pays et relativement immobiles entre les pays ;
3. le libre-échange qui s'avère tout aussi essentiel et signifie qu'il n'y a aucune entrave au commerce notamment l'inexistence des barrières tarifaires ou non tarifaires ;

Chapitre 1 : le commerce international

4. l'absence de coût de transport qui est surtout utile pour écarter une situation d'autarcie qui serait due simplement à des coûts prohibitifs de transport ;
5. la concurrence sur les marchés des biens ;
6. La technique identique entre pays et un rendement d'échelle constant ;
7. l'absence de revirement d'intensité en facteur ;
8. Les préférences identiques des consommateurs d'un pays à l'autre¹.

Si ce modèle occupe une place centrale dans la littérature, c'est avant tout à cause des principes qu'il souligne, et de la richesse des résultats qu'il propose. Cependant, il est contestable sur plusieurs points : La plupart de ces prédictions sont infirmées par les flux du commerce international. Par exemple les États-Unis ont un taux de capital par tête parmi les plus élevés, ils exportent des produits relativement intensifs au travail; sans ce modèle, la mobilité du capital conduit à une situation dégénérée, après un équilibrage des dotations relatives, les pays se retrouvent en autarcie.

En 1951, LEONTIEFF constate que les Etats Unies était exportateur net de bien intensif en travail et importateur net de bien intensif en capital, alors qu'il était considéré comme relativement mieux dotée en facteur capital. Ce qui constituait un paradoxe par rapport aux enseignements de la théorie des proportions des facteurs. Certains économistes, dont LEONTIEFF lui-même, ont tenté expliquer ce paradoxe sans renoncer aux hypothèses du modèle HOS : selon LEONTIEFF, en tenant compte de la qualification du travail et sa productivité, les États-Unis seraient en réalité un pays relativement abondant en facteur travail et non en capital, dans la mesure où il faut prendre en compte non seulement le nombre de travailleurs mais également leur efficacité : la productivité d'un travailleur américain serait, à l'époque, trois fois supérieure à celle d'un travailleur étranger

¹ *Op. cit*, E.NYAHOOHO, P.PROULX, p 105.

Chapitre 1 : le commerce international

Section 2 : Les nouvelles théories du commerce internationale

De par les insuffisances de la théorie traditionnelle à pouvoir expliquer totalement la réalité du commerce international, on a vu naître de nouvelles théories pour décrire les échanges internationaux tels qu'ils se pratiquent à l'heure actuelle. À partir des années 1980, l'approche jusqu'alors dominante est supplantée par de nouvelles théories du commerce international, dont l'initiateur le plus connu est Paul KRUGMAN, ce qui constitue en réalité le prolongement des travaux plus anciens qui avaient aussi pour objectif d'expliquer les caractéristiques du commerce international. À l'instar de ces nouvelles théories, le commerce international est aujourd'hui davantage caractérisé par le rôle croissant de la technologie et de l'innovation expliquant en partie les échanges entre pays à degré de développement comparable et par la montée inexorable des échanges des produits similaires.

2.1 Les fondements de la nouvelle théorie

Pour expliquer ces faits, les nouvelles théories adoptent une représentation des économies nationales qui repose sur un ensemble d'hypothèses différentes ; la différence fondamentale est que les théories traditionnelles reposent sur la concurrence pure et parfaite, tandis que les théories modernes adoptent les concepts de la concurrence imparfaite. Les caractéristiques les plus importantes du nouveau cadre de référence sont les suivantes : les marchés sont des oligopoles, la production se fait avec le rendement d'échelle croissant et les produits sont différenciés.

Le changement de perspective conduit à un rapprochement avec le développement des économies industrielles, en raison de l'accent mis sur la concurrence oligopolistique ; Ce rapprochement justifié par Paul KRUGMAN, qui met en évidence le rôle joué dans les échanges internationaux par des secteurs qui, sur le plan domestique, sont analysés comme des oligopoles. L'explication du commerce international par la nouvelle théorie peut être présentée en distinguant deux types de variables ; les rendements d'échelle croissants et la différenciation des produits.

2.1.1 Les rendements d'échelle croissants

Les rendements d'échelle sont le lien existant entre les quantités de produit et le coût de production, deux types de rendement d'échelle sont pris en compte par la théorie

Chapitre 1 : le commerce international

du commerce international, le cas du rendement constant et celui du rendement croissant. la théorie traditionnelle repose sur l'hypothèse du rendement d'échelle constant ce qui implique que la spécialisation internationale n'est déterminée que par des différences internationales des techniques de production (Ricardo) ou dans la dotation relative du facteur de production (HOS) ; Cependant des auteurs traditionnels , comme Ohlin, considèrent que les avantages découlant de la production à grande échelle peuvent expliquer certains échanges internationaux , sans pour autant développer une analyse rigoureuse de cette possibilité. Les nouvelles théories avancent sur ce point, à la fois dans le cas des économies d'échelle internes et dans celui des économies d'échelle externes à la firme.

Le premier cas conduit à la disparition de la concurrence si les coûts de production diminuent de manière continue alors que la taille augmente, le marché étant en situation de monopole. Les conséquences de ces économies d'échelle sur les échanges internationaux peuvent être exposées dans le contexte particulier du monopole contestable, comme un marché où la firme installée peut voir sa position contestée par un entrant potentiel et où par conséquent la firme installée fixe le prix à un niveau égal au coût moyen.

Soit deux pays ,A et B , qui pour un monopole contestable donné , ne sont différenciés en autarcie que par le taux de salaire et donc par le niveau des coûts de production .Supposant que le taux de salaire en A, est plus élevé qu' en B. l'ouverture au commerce internationale des deux pays conduits à la disparition de la firme localisé en A¹. La firme du pays B est alors la seule à approvisionner les deux pays est en raison des économies d'échelle internes, les prix d'équilibre s'établissent à un niveau inférieur aux deux prix d'autarcie. Si tous les marchés sont des marchés monopoles contestables, la spécialisation internationale est totale : chaque bien n'est produit que par une seule firme et donc dans un seul pays². Les économies d'échelle externe à la firme mais internes au secteur sont comptabilisées avec des persistances de la concurrence, puisque le cout unitaire de production en dépend. Une telle situation se présente avec la concentration géographique d'une industrie donnée.

¹ M.RAINELLI : « *le commerce international* », 11^{ème} édition, la découverte, 2015, p60.

² *Ibid.*, p62.

Chapitre 1 : le commerce international

Ainsi, une nation qui entre la première dans la production d'un bien ne pourra pas être concurrencée par une autre, avantagée par un taux de salaire plus faible, mais qui ne peut accéder à un niveau de production suffisant pour bénéficier des économies d'échelle. Trois conséquences importantes découlent de cette situation :

- 1- La taille de marché intérieur d'une nation peut, en présence d'économie d'échelle externe, être un facteur explicatif du commerce international.
- 2- Les spécialisations internationales résultant des économies d'échelle externes sont stables, même les avantages comparatifs se modifient.
- 3- Des « accidents historique » conduisant à la production d'un bien dans un pays donné peuvent expliquer la création des flux commerciaux internationale.

2.1.2 La différenciation du produit

Les théories traditionnelles reposent sur l'hypothèse d'homogénéité des biens. Pour des raisons subjectives ou objectives, le consommateur ne considère pas comme identiques les produits des deux firmes qui appartiennent à la même branche. Dans ces marchés où la concurrence est monopolistique, les firmes rivales jouissent d'un certain pouvoir de monopole qui leur confère une certaine attitude dans la fixation du prix, par des dépenses de publicité, elles peuvent créer ou renforcer la différenciation entre les produits. La différenciation des produits peut en effet donner lieu à deux types de commerce international.

Le premier résulte d'une différenciation horizontale ; lorsque les produits présentent la même qualité mais sont distingués par les consommateurs en raison de leurs différences réelles. Selon ce type, les consommateurs d'un pays vont demander des produits étrangers parce qu'ils ont un goût pour la variété (le commerce international leur permet d'accroître l'éventail des biens).

Le second relève de la différenciation verticale, lorsque les consommateurs sont confrontés à des produits qui ont des qualités différentes, comme par exemple les modèles d'automobiles d'un producteur. Les consommateurs ayant des revenus élevés demandent la qualité supérieure, alors que ceux de revenu faible sont intéressés par la qualité inférieure.

Chapitre 1 : le commerce international

La spécialisation internationale s'explique alors par le niveau moyen de revenu des habitants. Le pays avec le revenu moyen le plus élevé se spécialise dans la production de la qualité supérieure, celui avec le revenu moyen le plus faible dans la production de la qualité inférieure. Ces deux approches des échanges internationaux offrent des explications relativement robustes du commerce intra branche.

2.2 La théorie de cycle de vie du produit de Vernon

Un des outils théoriques les plus développés pour analyser l'aspect dynamique de commerce international et le cycle de vie de produit dont l'origine remonte à l'économiste suédois Linder. Au cours des années 1960, des études économiques ont mis en évidence que la production de certains biens initialement mis au point aux États-Unis se déplace en Europe et au Japon, et plus tard vers les PVD, pour expliquer pourquoi des produits manufacturés sont différents de ceux auxquels sont soumis les produits primaires. En effet, alors que les dotations différentielles des pays en facteurs expliquent assez bien le flux des biens primaires, c'est plutôt la demande qui influe sur la direction du commerce de bien manufacturée selon un processus en cinq étapes¹ :

1. un bien manufacturé ne peut être mis sur un marché par un entrepreneur que lorsqu'il y a une demande potentielle
2. L'entrepreneur connaît mieux son marché domestique pour repérer la demande
3. L'éventail de bien qu'un pays peut produire dépend de sa demande domestique
4. Le pays innovateur n'exportera les biens que vers des pays dont la demande est semblable à celle qui prévaut sur son marché domestique.
5. Les pays qui ont des demandes semblables à celles du pays innovateur jouissent d'un niveau de revenu par habitant comparable.

Les deux dernières étapes de ce processus suffisent pour expliquer la concentration des échanges entre les pays développés. L'ensemble de ces cinq étapes,

¹ J.L. MUCCHEILLI : « *principes d'économie internationale* », éd ECONOMICA, Paris, 1989, p47.

Chapitre 1 : le commerce international

généralement appelé « les hypothèses de Linder », a été reprise par Vernon (1966) pour expliquer l'internationalisation de la production par le concept du cycle de vie de produit.¹

Le cycle de vie de produit se caractérise par quatre phases. Dans la première, le produit est développé et mis sur le marché par un entrepreneur qui a repéré la demande dans son pays. Les techniques de production de ces nouveaux biens ne sont pas encore maîtrisées, et le produit a besoin d'être adapté aux exigences de la clientèle. Pour ces diverses raisons d'adaptation dans la phase d'introduction, la production du bien ne peut que se réaliser sur le marché domestique. Ajoutant ainsi que tout au long de la phase d'introduction, le bien est intensif en main-d'œuvre qualifiée pour sa conception et son adaptation au marché.

Durant la phase de croissance, le procédé de fabrication devient de plus en plus connu la demande du bien se généralise. Le pays innovateur exporte davantage mais doit maintenant compter avec l'émergence de nouveaux concurrents étrangers. À la phase de maturité, le procédé de fabrication devient plus uniforme, voire codé ; le bien alors plus intensif en capital à cette phase qu'à celle de l'introduction. Il s'ensuit une baisse sensible des exportations des pays innovateurs, car les premiers pays qui ont adopté ce bien lui font concurrence sur les marchés internationaux.

Enfin, à la dernière phase, le pays innovateur devient un importateur net et la production se déplace vers d'autres régions du monde. En général, les nouveaux produits émergent d'un pays industrialisé, notamment des États-Unis, et sont d'abord dirigés vers d'autres pays industrialisés et ensuite vers les pays PVD. Ainsi, dans le cadre de ce modèle du cycle de vie de produit, on aboutit à une division internationale du travail où le nord est spécialisé dans la production des nouveaux produits (entre autres, la haute technologie) tandis que le sud dans d'anciens produits. Par ailleurs, le cycle de vie de produit explique assez bien le paradoxe de Leontief où les États-Unis sont considérés comme abondants en capital, importent des biens intensifs en capital.

En effet les États-Unis, détiennent un avantage dans l'exportation de nouveaux produits intensifs en main-d'œuvre qualifiée et importent des biens qui se situent dans la phase de maturité et se déclinent. L'industrie de l'automobile, des appareils radio, des

¹ Milan VUJISIC, Professeur agrégé d'Economie et Gestion : « *Les nouvelles théories du commerce international* », p 07.

Chapitre 1 : le commerce international

téléviseurs et de textile, parmi tant d'autres, sont des exemples frappants de la pertinence de modèle du cycle de vie du produit.

Vers les années 1920, les fabricants américains de voitures ont été les premiers à introduire la production de masse et ont bénéficié de l'économie d'échelle, ce qui leur a permis de dominer le marché mondial jusqu'aux années 1960. Dès le début des années 1970, le procédé de fabrication de l'automobile devient standardisé. Le Japon émerge comme nouveau producteur, il faut le dire que c'est grâce à une politique protectionniste d'industrie naissante. Les exportations japonaises envahissent le marché américain et européen à la faveur des deux chocs pétroliers. La compagnie allemande Volkswagen, attirée par faibles couts de main-d'œuvre, produit de plus en plus sa voiture de marque Golfe au Brésil. Mais il est encore trop tôt pour émettre des commentaires conclusifs sur le déplacement de la production d'automobile vers d'autres régions en raison de l'effet dissuasif de l'économie d'échelle et des dépenses énormes qu'exige une mise en marché.

2.3 La théorie du commerce international de Paul KRUGMAN

Le fondement des réflexions de PAUL KRUGMAN concerne principalement le rôle des rendements croissants et de la concurrence imparfaite dans le commerce international. Les nouvelles théories du commerce international peuvent se définir comme une approche des échanges mondiaux, mettant l'accent sur deux aspects absents dans les théories traditionnelles : Les rendements croissants et la concurrence imparfaite. Dans ces conditions il s'agit d'expliquer la nature nouvelle du commerce extérieur et d'établir les conditions par lesquelles le dogme du libre-échange peut être dépassé.¹

En l'absence d'avantages comparatifs, cette théorie fait des rendements croissants, l'une des raisons de la spécialisation et des échanges, elle permet d'une part d'analyser les échanges entre des pays ayant des dotations en ressources initiales identiques et un niveau technique comparable, et d'autre part, de comprendre le développement des échanges intra-branches.

Les principales conclusions de cette nouvelle théorie du commerce international autorisent le gouvernement à intervenir dans les échanges afin d'aider ses entreprises à

¹M.RAINELLI : « *La Nouvelle Théorie du commerce internationale* », éd La Découverte, 2003, p52.

Chapitre 1 : le commerce international

capter une partie de la rente et à pénétrer dans un marché, remettant ainsi en cause l'arbitraire et le hasard de l'histoire¹.

2.4 La théorie de l'écart technologique

KRAVIS (1956) fut le premier à montrer, à partir d'une étude empirique l'importance d'une différence de technologie dans les échanges. Ainsi, les industries exportatrices à forte intensité de main-d'œuvre payaient des salaires relativement élevés du fait que les exportations étaient à contenu technologique avancé et nécessitaient une main – d'œuvre qualifiée pour leur production. De même KEESING (1956) a observé que les États-Unis exportaient des produits nécessitant un haut niveau de dépenses dans les domaines de la recherche et développement et de la qualification professionnelle. De plus, les exportations des États-Unis semblent diminuer ou disparaître lorsque l'avance technologique des États-Unis se restreint ou s'annule. L'hypothèse néo-technologique où l'hypothèse de l'écart technologique vise à expliquer de quelle manière le progrès technologique, amenant une supériorité technologique conduit au commerce international². L'avantage technologique peut résulter de deux formes de progrès, à savoir l'innovation dans les procédés de production ou l'innovation dans le produit. Le premier permet de fabriquer les mêmes biens à un coût moins élevé que précédemment, tandis que le deuxième consiste à donner aux biens de nouvelles caractéristiques, le cas extrême étant le nouveau produit dont toutes les caractéristiques sont nouvelles. La thèse de l'écart technologique explique la vive concurrence que livrent les nations entre branches de haute et de moyenne technologique. Ainsi, des produits nouveaux apparaissent et d'autres disparaissent à un rythme d'autant plus élevé que l'évolution technologique est rapide.

On s'aperçoit que l'explication des échanges par l'écart technologique n'est pas très éloignée de celle fondée sur la théorie néo- factorielle, elle-même fortement imprégnée de la théorie d'HECKSCHER –Ohlin.

¹ P.KRUGMAN : « *La mondialisation n'est pas coupable: vertus et limites du libre-échange* », éd De la Découverte, 2000, p140.

² *Op cit.*, JL.MUCCHEILLI, p39.

Chapitre 1 : le commerce international

Section 3 : les risques dans le commerce international

Tout opérateur en commerce international doit être conscient que le métier de l'internationale comporte des risques considérables. Ces risques sont nombreux et variés, leur spécificité réside sur la complexité du commerce international, car les deux parties sont éloignées géographiquement, ils ont des langues différentes et des législations nationales qui sont souvent divergentes.

Pour se couvrir contre les risques, toute entreprise doit disposer d'une stratégie préventive en informant le personnel sur les méthodes à mettre en place pour l'identification des risques et le recours optimisé à des techniques de couverture.

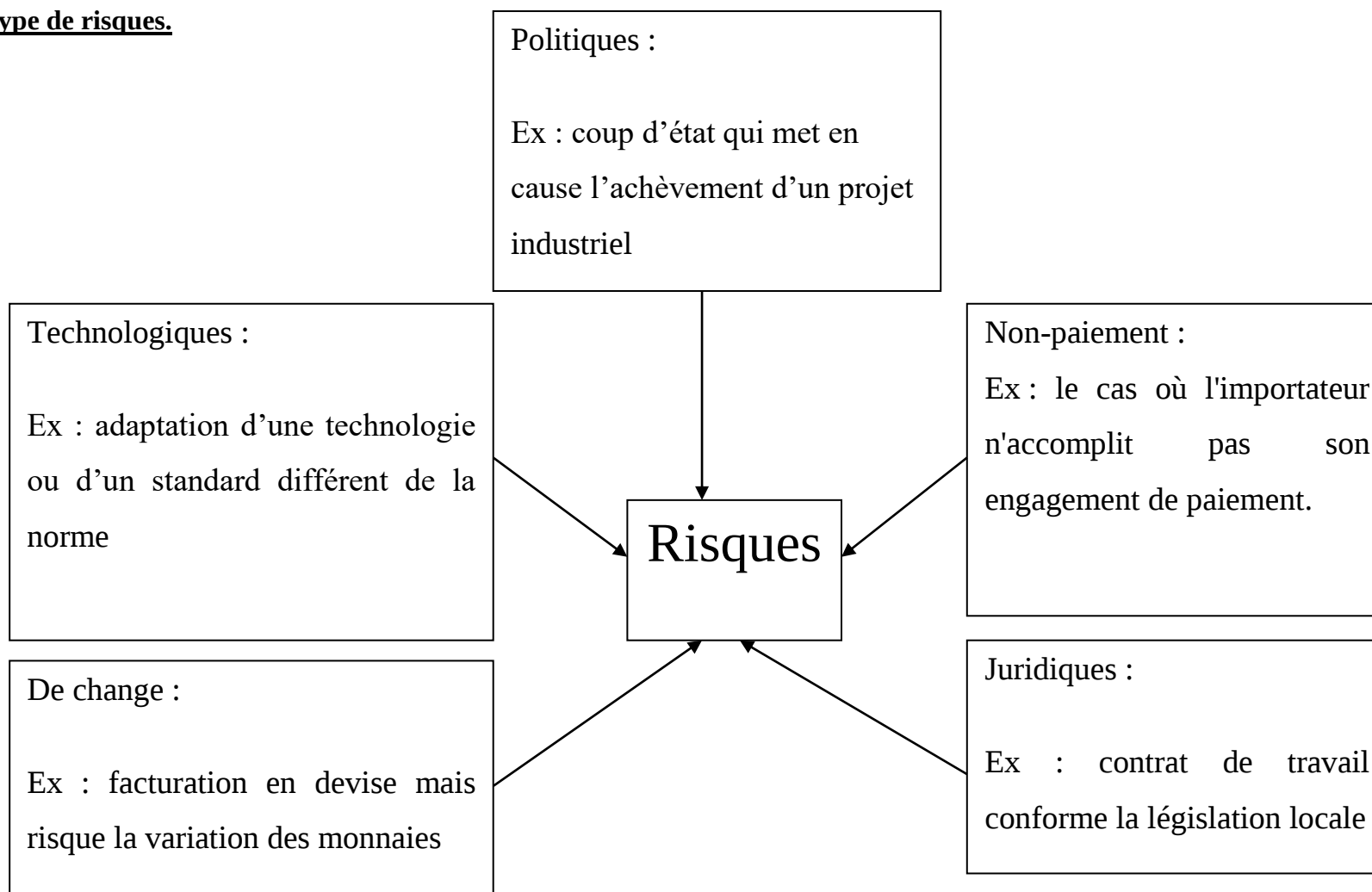
3.1 Définition du « risque »

« Le concept de risque tente de rendre compte de discours et de pratiques qui s'appuient sur une connaissance plus ou moins formalisée de ce qui pourrait advenir. Si son origine remonte au Moyen Âge, c'est au cours de la période moderne que certains groupes sociaux ont commencé à interpréter des expériences et à justifier des décisions en se réclamant d'un nouveau discours sur l'avenir, le risque.¹

3.2 Types de risques

¹ D.NIGET et M.PETITCLERC : « *Pour une histoire du risque* », presse de l'université du Québec, P01.

Figure N°01 : type de risques.



Source : LEGRAND Ghislaine, Martin Hubert, Management des opérations de commerce internationale, 8^{ème} édition, DUNOS, 2007, p212.

Chapitre 1 : le commerce international

A. Risque politique

Le risque « pays » représente l'ensemble des événements d'origine politique ou économique susceptibles d'empêcher le bon déroulement d'une opération commerciale ou d'investissement (risque d'interruption de marché, risque de non-paiement, risque de spoliation, d'expropriation...). Il est parfois difficile à évaluer.

B. Risque de non-paiement

Mis à part le paiement d'avance, l'exportateur supporte le risque de ne pas être payé par son client. Outre le litige commercial, le défaut de paiement résulte soit de la carence ou de la faillite de l'acheteur, soit du contexte politique et économique dans le pays de ce dernier (cf. infra-insolvabilité et carence prolongée puis zoom sur le risque pays). Une analyse de la solvabilité du client et de la situation économique et politique de son pays s'impose avant d'entamer une relation commerciale.

C. Risque économique

Il recouvre de nombreuses définitions. Il peut s'agir du risque économique lié à la hausse anormale ou importante des matières premières ou des éléments du coût de fabrication (optique des assureurs crédit) ; d'autres organismes internationaux assimilent le risque économique à un risque pays (donc inclus dans le risque politique).

D. Risque de change

Il se définit comme un risque associé à toute transaction sensible aux variations de la valeur d'une monnaie par rapport à une autre. Son évaluation et les couvertures associées à sa fonction de la devise de règlement (certaines devises sont plus volatiles que d'autres), de la durée de l'exposition (quelques jours, quelques mois voire plusieurs années) et de la nature de l'opération (exportations, importations, investissements, recettes sur investissements).

Chapitre 1 : le commerce international

E. Risque juridique

Ce risque est parfois ignoré ou sous-évalué. Il est malheureusement souvent détecté lors de contentieux ou de conflits liés à des contrats de vente, de représentation, de cession de transfert de savoir-faire.

En fait, l'entreprise qui agit à l'international ne bénéficie pas d'un droit international unifié, en raison de la souveraineté des États et d'autre part, il n'existe pas de juridiction supranationale qui lui permette d'évoluer dans un contexte juridique unique. C'est bien là que réside le risque juridique.

F. Risque technologique

Il est propre aux activités industrielles. Un procédé de fabrication ou une technologie adoptée par une entreprise peuvent se trouver opposés à d'autres options industrielles et mettre l'industriel en dehors du marché.

Chapitre 1 : le commerce international

Conclusion

Le commerce international est aujourd'hui davantage caractérisé par le rôle croissant de la technologie et de l'innovation expliquant en partie les échanges entre pays à degré de développement comparable et par la montée inexorable des échanges de produits similaires différenciés qui constituent la majorité des échanges entre les pays industriels, européens en particulier.

Les théories traditionnelles du commerce international montrent que la spécialisation et l'ouverture à l'échange sont préférables à l'autarcie : les pays ne peuvent pas perdre à l'échange international, même si la répartition du gain de l'échange est inégale. Le commerce international est donc défini comme un jeu à somme positive, ce qui a rendu nécessaires la création de nouvelles théories.

La principale contribution des « nouvelles théories du commerce internationale » a été de décrire et d'expliquer de façon plutôt satisfaisante le fonctionnement des échanges internationaux, en effet la différence fondamentale entre les théories traditionnelles et les nouvelles théories du commerce extérieur est que les premières reposent sur la concurrence pure et parfaite, tandis que les théories modernes adoptent les concepts de la concurrence imparfaite. Les caractéristiques les plus importantes du nouveau cadre de référence sont les suivantes : les marchés sont des oligopoles, la production se fait avec le rendement d'échelle croissant et les produits sont différenciés.

Désormais la similitude entre les pays et les biens échangés est le moteur même de l'échange international. La démonstration théorique a été faite grâce aux nouvelles théories du commerce international en concurrence imparfaite : des économies parfaitement identiques échangeront entre elles des variétés différenciées et le bien-être s'améliore pour les consommateurs qui accèdent à une plus grande variété de biens.

Cependant le commerce international n'est pas sans risques, en effet les acteurs économiques qui s'ouvrent aux marchés extérieurs sont confrontés à une multitude de risques tels que le risque pays où encore le risque lié au taux de changes...

Chapitre 02 :

**Les politiques de la
promotion des exportations
hors hydrocarbures en
Algérie**

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Introduction

L'économie algérienne a depuis longtemps été caractérisée par une économie fortement dépendante vis-à-vis des exportations hydrocarbures dominées essentiellement par le pétrole et le gaz naturel. Aujourd'hui, le piège de la rente pétrolière est en train de se refermer sur l'Algérie avec la baisse du prix de l'or noir.

Face à cette crise, les pouvoirs publics ont donné une attention particulière au développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie ; par la création des organismes d'appui dédiés à la promotion des exportations hors hydrocarbures, ainsi que la mise en place des mesures d'encadrement destinées à promouvoir la production algérienne sur les marchés extérieurs.

Bien que les efforts en matière de promotion des exportations hors hydrocarbures soient consentis, les entreprises algériennes n'arrivent toujours pas à se tailler une place sur les marchés internationaux.

Pour cela, nous allons tenter d'abord, dans ce présent chapitre, de présenter les organismes d'appui dans le cadre de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie. Nous allons ensuite présenter les différentes contraintes des entreprises algériennes à l'exportation, enfin les mesures mises en place dans le cadre du soutien des exportations hors hydrocarbures.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Section 01 : les organismes d'appui aux exportations hors hydrocarbures

1.1. L 'Agence Nationale De Promotion Du Commerce Extérieure (ALGEX)

L'Agence Algérienne de Promotion du Commerce Extérieure, créée par le décret exécutif n°04-174 du 12 Juin 2004, est un établissement public à caractère administratif sous la tutelle du Ministère du Commerce, contribue aux efforts de promotion du produit algérien et dans la diversification des exportations hors hydrocarbures .Instituée pour remplacer l'Office de promotion des exportations PROMEX qui est créée par le décret exécutif n°96-234 du 01 Octobre 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.

L'ALGEX est dirigé par un directeur général nommé par le décret exécutif sur proposition du ministère du commerce.¹

➤ Ses missions :²

- la participation à la définition de la stratégie de promotion du commerce extérieur et de sa mise en œuvre après son adoption par les instances concernées ;
- la gestion des instruments de promotion des exportations hors hydrocarbures au bénéfice des entreprises exportatrices ;
- l'analyse des marchés mondiaux et la réalisation d'études prospectives globales et sectorielles sur les marchés extérieurs ;
- l'élaboration d'un rapport annuel d'évaluation sur la politique et les programmes d'exportation ;
- la mise en place et la gestion de systèmes d'information statistique sectoriels et globaux sur le potentiel national à l'exportation et sur les marchés extérieurs ; "

¹ Article 07 du décret exécutif n4-174 du 12juin2004

²<http://www.algex.dz/index.php/qui-sommes-nous/a-propos-d-algex> consulté le 07/2/2018 à 12 :58

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

- la mise en place d'un système de veille sur les marchés internationaux et leur impact sur les échanges commerciaux de l'Algérie ;
- la conception et la diffusion de publications spécialisées et notes de conjoncture en matière de commerce international ;
- le suivi et de l'encadrement de la participation des opérateurs économiques nationaux aux différentes manifestations économiques, foires, expositions et salons spécialisés se tenant à l'étranger ;
- assister les opérateurs économiques pour le développement d'actions de communication, d'information et de promotion relatives aux produits et services destinés à l'exportation ;
- l'établissement des critères de distinction et les prix et décorations à décerner aux meilleurs exportateurs ;
- l'Agence peut en outre assurer des activités rémunérées dans le domaine du perfectionnement, de l'initiation aux techniques de l'exportation et aux règles du commerce international, ainsi que toute autre prestation dans les domaines de l'assistance ou de l'expertise aux administrations et entreprises, en relation avec la vocation de l'établissement.

➤ Ses objectifs :

- concevoir un système d'information économique et commerciales articulé autour des chambres de commerce et d'industrie, des chambres d'agriculture ;
- devenir un partenaire écouté de tous les professionnels du commerce international ;
- devenir le premier serveur national d'informations économiques et commerciales ;
- devenir un lieu recommandé pour les opérations d'import/export ;
- devenir le point focal des systèmes internationaux d'informations économiques et commerciales ;

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

- organisation de séminaire, journées d'étude et table rondes sur le commerce extérieur et les activités connexes ;
- mise en relation d'affaires des opérateurs économiques avec des opérateurs étrangers via les réseaux d'information internationaux.

1.2 La société Algérienne des foires et exportations (SAFEX)

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

➤ Ses Missions : ¹

- organisation des foires, salons spécialisés et expositions à caractère national, international, local et régional ;
- organisation de la participation algérienne aux foires et expositions à l'étranger ;
- assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international, au moyens de :
 - l'information sur la réglementation du commerce international.
 - Les opportunités d'affaires avec l'étranger.
 - La mise en relation d'affaires.
 - Les procédures à l'exportation.
 - L'édition de revues économiques et catalogues commerciaux.
- organisation de rencontres professionnelles, séminaires et conférences ;
- gestion et exploitation des infrastructures du Palais des expositions.

¹ http://www.safex.dz/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=604&Itemid=627&lang=fr consulté le 07/02/2018 à 13 :45.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

➤ Ses objectifs :

- refléter l'image exacte de l'économie de l'Algérie dans tous les domaines ;
- rechercher la coopération avec tous les pays ;
- encourager, de développer et de resserrer les liens économiques de l'Algérie avec le monde entier ;
- fournir également aux visiteurs l'occasion de connaître les caractères culturels et touristiques de l'Algérie et des autres pays.

1.3 La Compagnie Algérienne D'assurance Et De Garantie Des Exportations (CAGEX)

La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX) est régie, entre autres, par l'article 4 de l'ordonnance 96/06 du 10/01/1996 qui dispose que l'assurance-crédit à l'exportation est confiée à une société chargée d'assurer pour:

- son propre compte et sous le contrôle de l'État, les risques commerciaux.
- le compte de l'État et sous son contrôle, les risques politiques, les risques de non transfert et les risques de catastrophes naturelles

La Compagnie a pour mission d'encourager et de promouvoir les exportations Algériennes en dehors des hydrocarbures et de garantir les ventes à crédit au profit des opérateurs économiques activant sur le marché national.¹

➤ Ses missions :

- assurance crédit export (Couverture des risques nés de l'exportation) ;
- assurance crédit domestique (Crédit inter entreprises, crédit à la consommation) ;
- indemnisation et recouvrement de créances à l'adresse de la clientèle assurée et non assurée ;
- vente d'informations économiques et financières ;
- assistance aux exportateurs ;
- coassurance et réassurance ;
- coopération internationale.

¹ <http://www.cagex.dz/index.php?page=12> consulté le 07/02/2018 à 14 :30.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

➤ Ses limites :

- le coût très élevé de l'assurance est ceci de l'avis de pratiquement l'ensemble des exportateurs ;
- elle ne joue pratiquement aucun rôle de conseil

1.4 La Chambre Algérienne Du Commerce Et De L'industrie (CACI)

La chambre algérienne de commerce et de l'industrie est aux plans local et national une institution représentant auprès des pouvoirs publics les intérêts généraux des secteurs du commerce et de l'industrie.

La CACI es un établissement public à caractère industriel et commercial doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Elle est placée sous la tutelle du ministre chargé du commerce.¹

➤ Ses Missions :

- Mener des études et des réflexions sur la situation économique du pays et son évolution et de présenter aux pouvoirs publics ses points de vue sur les moyens de développer et de promouvoir l'activité économique nationale.
- Emettre, viser ou certifier tout document, attestation ou formulaire présentés ou demandés par les agents économiques et destinés à être utilisés principalement à l'étranger. La liste de ces documents, attestations et formulaires est fixée par arrêté du ministre chargé du commerce.
- Organiser ou de participer à l'organisation de toutes rencontres et manifestations économiques en Algérie et à l'étranger tels que notamment, foires, salons, colloques, journées d'études et missions commerciales visant la promotion et le développement des activités économiques nationales et des échanges commerciaux avec l'extérieur.
- Réaliser toute action et étude pouvant concourir à la promotion des produits et services nationaux sur les marchés extérieurs.
- Proposer toute mesure tendant à faciliter et à promouvoir les opérations d'exportation des produits et services nationaux.

¹ <http://www.dcoworan.dz/index.php/fr/la-direction-services-et-missions/organismes-sous-tutelles/chambre-algerienne-du-commerce-et-d-industrie-caci> consulté le 07/02/2018 à 14 :20.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

- Établir des relations et de conclure des accords de coopération et d'échanges mutuels avec les organismes homologues ou similaires étrangers.
- Adhérer aux organismes régionaux ou internationaux de même nature ou poursuivant les mêmes objectifs.
- Procéder, en qualité de représentant de l'Algérie, à la constitution de chambre de commerce mixte avec ses homologues étrangers.
- Éditer et de diffuser toute publication en rapport avec son objet.
- Participer aux manifestations et actions initiées par les organismes représentatifs poursuivant les mêmes objectifs.
- Ouvrir des bureaux de représentation à l'étranger.
- Fonder, administrer ou gérer des établissements à usage de commerce, l'industrie et des services tels que des écoles de formation et de perfectionnement, des établissements de promotion et d'assistance aux entreprises, des établissements de soutien à ces activités et des infrastructures à caractère commercial et industriel notamment les magasins généraux, les zones industrielles lorsque ces établissements ont un caractère national ou lorsque le champ d'application géographique de compétence de ces établissements couvre la circonscription territoriale de plus d'une chambre de commerce et d'industrie.

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 particuliers.¹

➤ Ses missions :

- L'exécution des décisions de l'assemblée générale.
- L'application des dispositions statutaires.
- L'établissement d'un projet de règlement intérieur.
- La gestion du patrimoine de l'association.
- Echange d'expérience et entraide entre les entreprises Algériennes Exportatrices.
- Défendre les intérêts des membres.
- Créer des réseaux de relations aux niveaux national et international.

¹ N.ARROUCHE : « *Accompagnement des entreprises algériennes à l'export : portés et limites* », in revue Université Mouloud Mammeri, 12/2017, p5.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

- Promouvoir des actions communes pour mieux exporter.
- Participer aux actions de promotion des exportations hors hydrocarbures.
- Créer des synergies entre les membres.
- Relancer le partenariat avec le Programme d'appui NAED/SFI de la banque Mondiale et le Programme MEDA pour l'assistance aux entreprises Algériennes.
- Favoriser et encourager les actions de mise à niveau des PME.
- Favoriser le partenariat avec les Chambres de Commerce et créer des délégations régionales.
- Encourager et promouvoir le plus grand nombre d'adhésions.

➤ **Ses objectifs :**

- Rassembler et fédérer les exportateurs algériens.
- Défendre leurs intérêts matériels et moraux.
- Participer à la définition d'une stratégie de promotion des exportations.
- Assister et sensibiliser les opérateurs économiques.
- Promouvoir la recherche du partenariat à travers les réseaux d'informations.
- Animer les programmes de formation aux techniques des exportations.
- Organiser et participer aux salons spécifiques et manifestations économiques en Algérie et à l'étranger.
- Participer à 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..

1.6 Le Centre Algérien du Contrôle de la Qualité et de l'Emballage La (CACQE)

Le Centre Algérien du Contrôle de la Qualité et de l'Emballage est un organisme public à caractère administratif (EPA) doté de la personnalité morale et de 'autonomie financière. Il est placé sous la tutelle du Ministère du commerce.¹

➤ **Ses missions :**

- Développement, de la gestion et du fonctionnement des laboratoires d'analyse de la qualité et de la répression des fraudes qui en relèvent.

¹ <http://www.cacqe.org/presentation.asp> consulté le 07/02/2018 à 16 :00.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

- Entreprendre tous travaux de recherche appliquée et d'expérimentation relatifs à l'amélioration de la qualité des biens et services.
- participer à l'élaboration des normes des biens et services mis à la consommation, notamment au sein des comités techniques nationaux.
- Vérifier la conformité des produits aux normes légales ou réglementaires.
- Effectuer en laboratoire toute analyse permettant de vérifier la qualité des emballages en tant que contenant au plan de leurs interactions avec le contenu.
- Contribuer à l'élaboration des textes à caractère législatif et réglementaire, en rapport avec son objet.
- Mettre en œuvre les programmes de formation et de communication au profit des professionnels et des consommateurs.

➤ **Ses objectifs :**

- Contribuer à la protection de la santé, de la sécurité et des intérêts matériels et moraux des consommateurs.
- Promouvoir la qualité de la production nationale des biens et services.
- La formation, l'information, la communication et la sensibilisation des consommateurs.

1.7 Le Couloir Vert

De caractère virtuel, il constitue une facilitation qui est accordée depuis septembre 2006 à l'exportation de dattes, et consiste et l'assouplissement du passage en douane de la marchandise, qui subit uniquement un contrôle documentaire ce qui se traduit par une fluidité générant une réduction considérable des délais d'expédition.¹

¹ <http://www.konsulat-algerien.de/couloir%20vert.htm> consulté le 06/03/2018 à 20h.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Section 02 : Les mesures initiatives et facilitations pour la promotion des exportations hors hydrocarbures

2.1 Les principaux avantages fiscaux

2.1.1 Exonération en matière d'impôt direct

Ces exonérations comprennent essentiellement : ¹

- Exonération permanente de l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS) et suppression de la condition de réinvestissement de leurs bénéfices ou leurs revenus pour les opérations de vente et les services destinés à l'exportation ;

- Exclusion de la base imposable de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) sur l'activité professionnelle (TAP) du CA réalisé à l'exportation ;

- Suppression du versement forfaitaire (VF), cette exonération s'applique au prorata du CA réalisé en devise.

2.1.2 Exonération en matière de taxe sur le chiffre d'affaire

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.

* Les textes relatifs aux avantages fiscaux sont repris en ANNEXE I.

¹ Direction De La Promotion Des Exportations : « *recueil relatif aux avantages et facilitations accordés aux exportations hors hydrocarbures* », AVRIL 2007, p5.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

2.2 Les avantages douaniers suspensifs à l'exportation

Toujours dans l'intérêt de promouvoir les exportations hors hydrocarbures, les régimes économiques douaniers accordent aux entreprises qui transforment des produits de bénéficier 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 juillet 1979. Puis cette loi a été modifiée et complétée par la loi n°98-10 du 22 août 1998 portant code des douanes, chapitre 7.

Du coup, ces régimes comprennent¹ :

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'emmagasiner 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

C'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 leurs 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 Exportations temporaire

C'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

¹ Direction De La Promotion Des Exportations : « *recueil relatif aux avantages et facilitations accordées aux exportations hors hydrocarbures* », AVRIL 2007, p6.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

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 document douanier qui permet l'exportation temporaire de marchandises (matériel professionnel, échantillons, équipement sportif, etc.) dans plus de 70 pays ; le circuit vert qui permet la validation de la déclaration d'exportation sans vérification des marchandises.

*Les textes relatifs à l'exportation temporaire sont repris en ANNEXE II.

2.3 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.¹

2.3.1 Le délai de rapatriement des recettes d'exportation

Ne devrait pas excéder les 180 jours, à compter de la date d'expédition pour les biens ou de la date de réalisation pour les services. (Règlement de la Banque d'Algérie n°11-06 du 19.10.2011).

2.3.2 La rétrocession des recettes d'exportation

En termes de rétrocession du produit de la vente, l'inscription des recettes d'exportation est fixée par l'Instruction de la BA n°05-11 du 19.10.2011 modifiant les dispositions de l'Instruction n 22-94 du 12/04/1994). La répartition du produit de l'exportation est fixée comme suit :

- ✓ 50% en dinars algériens, à porter sur son "compte dinars exportateur ;
- ✓ 50% en devises dont :

¹ Direction De La Promotion Des Exportations : « *recueil relatif aux avantages et facilitations accordées aux exportations hors hydrocarbures* », AVRIL 2007, p7.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

- ✓ 40% à porter sur son compte devises exportateur, pouvant être utilisés librement à sa discrétion et sous sa responsabilité dans le cadre de la promotion de ses exportations ;
- ✓ 60% en devises à porter sur son compte devises « personne morale »

2.3.3 La domiciliation des exportations des produits frais, périssables et/ou dangereux

Cette mesure offre la possibilité à l'exportateur de domicilier ces exportations, durant les 5 jours ouvrés qui suivent la date d'expédition et de déclaration en douane. (ART. 60 à 63 du Règlement 07-01 du 03/02/07 de la BA)

2.3.4 La vente en consignation

Le paiement des exportations en consignation n'est exigible qu'au fur et à mesure des ventes réalisées par le dépositaire ou le commissionnaire.

L'exportateur est tenu de fournir à la banque domiciliaire, un relevé mensuel des comptes de ventes, accompagné des duplicata des factures tirées sur les acheteurs étrangers. (Article n°56 et 68 du Règlement 07-01 du 03/02/07 de la BA).

*Les textes relatifs au contrôle des changes sont repris en ANNEXE III.

2.4 Facilitations 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 :

2.4.1 Le Fond Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE)

Intitulé par la loi de finances pour 1996, il est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs, à travers différentes rubriques au titre de¹ :

¹ Document interne d'ALGEX : « *Recueil des procédures du Commerce Extérieure Algérie* », 31/12 /2011, p89.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

- Au titre des participations aux foires, expositions et salons spécialisés à l'étranger, ainsi qu'à la participation des entreprises aux forums techniques internationaux:
 - 80% des frais engagés pour la participation inscrite au titre du programme annuel officiel de la participation de l'Algérie aux manifestations économiques à l'étranger (ANEXE IV);
 - 50% des frais engagés pour la participation aux manifestations économiques à l'étranger, à titre individuel ;
 - 100% des frais engagés pour une participation revêtant un caractère exceptionnel, suite à une décision politique, ou suite à la mise en place d'un guichet unique ;
- Au titre du transport international à l'exportation des produits périssables ou à destination éloignée :
 - 50% des frais de transport international des produits périssables;
 - 25% des frais de transport international des produits non agricoles à destination éloignée.

Le délai de dépôt des dossiers pour le remboursement des frais de transport à l'exportation est fixé à 180 jours, après la réalisation de l'opération d'exportation, les documents d'exportation en faisant foi.

- Au titre des charges liées à l'étude des marchés extérieurs, à l'information des exportateurs et à l'étude pour l'amélioration de la qualité des produits et services destinés à l'exportation:
 - 50% des charges liées à l'étude des marchés extérieurs pour la recherche de débouchés aux produits algériens;
 - 25% des charges liées à l'information des exportateurs sur les possibilités et les opportunités d'exportation;
 - 50% des charges liées aux études destinées à l'amélioration de la qualité et à l'adaptation des produits et services destinés à l'exportation.
- Au titre de l'élaboration du diagnostic «export» et la création de cellules «export» internes:
 - 50% des frais d'élaboration du diagnostic «export»

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

- 50% des frais de création de cellules «export» internes.
- Au titre des coûts de prospection des marchés extérieurs supportés par les exportateurs, ainsi qu'au titre de l'aide à l'implantation initiale d'entités commerciales sur les marchés étrangers:
 - 50% des charges liées à la prospection des marchés extérieurs export;
 - 10% des coûts d'implantation initiale, au titre d'une présence commerciale individuelle sur les marchés étrangers;
 - 25% des coûts d'implantation initiale pour un groupement d'entreprises, au titre d'une présence commerciale collective sur les marchés étrangers.
- Au titre de l'édition et de la diffusion de supports promotionnels de produits et services destinés à l'exportation et à l'utilisation de techniques modernes d'information et de communication:
 - 50% des frais d'édition et de diffusion de supports promotionnels de produits et services destinés à l'exportation;
 - 50% des frais liés à l'utilisation de techniques modernes d'information et de communication.
- Au titre de la création de labels, de la protection à l'étranger des produits destinés à l'exportation, ainsi que pour le financement de médailles et de décorations attribuées annuellement aux primo-exportateurs et de récompenses de travaux universitaires ayant contribué à l'amélioration ou à la création de produits destinés à l'exportation:
 - 50% des frais de création de labels;
 - 10% des frais de protection à l'étranger des produits destinés à l'exportation;
 - 100% des frais de réalisation des médailles et décorations attribuées aux primo-exportateurs;
 - 100% des frais d'attribution de récompenses pour des travaux universitaires ayant contribué à la promotion des exportations hors hydrocarbures.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

- Au titre de la mise en œuvre de programmes de formation aux métiers de l'exportation:
 - 80% des frais de mise en œuvre de programmes de formation spécialisée sur les techniques d'exportation.

L'aide de l'État par le biais 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 accordée est fixé par le Ministre du Commerce selon des pourcentages déterminés à l'avance, en fonction des ressources disponibles.

Lors de la Conférence nationale sur le commerce extérieur, tenue en mars 2015, l'ensemble des intervenants ont insisté sur la nécessité de déléguer la gestion du FSPE à l'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX) pour assurer plus de rapidité dans le traitement des dossiers et dans le remboursement.¹

En 2015, les aides et les remboursements attribués par ce fonds, dans le cadre de la promotion des exportations hors hydrocarbures, sont passés à un peu plus de 478 millions de DA pour 390 dossiers examinés contre 527 millions de DA pour 251 dossiers en 2014.²

2.4.2 Le Fond National de Régulation et Développement Agricole (FNDA) :

Intitulé par la loi de finance pour 2000, il est destiné à apporter un soutien financier à tout exportateur intervenant dans le domaine de l'exportation de dattes. Ce soutien concerne : ³

¹ <http://www.aps.dz/economie> 09/02/2018 consulté le 14/02/2018 consulté le à 20:00.

² <http://www.radioalgerie.dz/news> 09/02/1018 consulté le 14/02/2018 à 20:30.

³ S.SEKKAL : « *la promotion des exportations hors hydrocarbures* », mémoire de Magistère en sciences commerciales, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2011, p198

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

- La prise en charge partielle du taux d'intérêt du crédit d'exploitation accordé par les banques algériennes à hauteur de 3% et ce, au titre du crédit consommé dans la limite du montant du chiffre d'affaires réalisé à l'exportation durant la même période.
- L'octroi d'une prime d'incitation à l'exportation de : Cinq (5) Dinars par Kilogramme pour les dattes en vrac (dattes naturelles ayant subi les opérations de désinsectisation, de triage et de mise en emballage allant jusqu'au 12Kg) ; Huit (8) Dinars par Kilogramme pour les dattes conditionnées en emballages divisionnaires d'un Kg et moins.
- Les quantités exportées en plus de celles réalisées durant la période précédente. (Décision interministérielle n°130 du 10-12-2002 modifiant et complétant les dispositions de la décision interministérielle n°767 du 24 octobre 2001, portant soutien de l'Etat aux exportations des dattes)

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

La montée des accords régionaux échange 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'autres demeurent toujours en cours de négociation.

2.5.1 L'accord d'association entre l'Algérie et l'Union Européenne :

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

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

L'accord est entré en vigueur le 1^{er} septembre 2005 et devrait aboutir à la mise en place d'une zone de libre échange à l'horizon 2020, au lieu de 2017. 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 principes de cet accord sont ¹:

- 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.

2.5.2 L'adhésion à la Grande Zone Arabe de Libre-échange (GZALE) :

La GZALE entrée en vigueur au début de l'année 2005, est une alliance économique entre pays pour une complémentarité économique et des échanges commerciaux. Elle a été mise en vigueur le 1^{er} janvier 2009.²

Cette convention et son programme exécutif prévoient l'établissement d'une Zone Arabe de Libre Echange entre les parties contractantes. Son objectif est de relancer le processus de l'intégration économique Arabe.

Les dispositions de la convention s'appliquent :

¹ N.BOUAICHI, N.BENNACER : « *Dispositif réglementaire et financier pour la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie* », Journées d'étude organisées par le département des sciences commerciales en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Soummam de Béjaia (CCISB), p14.

² <http://www.douane.gov.dz> consulté le 15/02/2018 à 20 :00.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

- Aux produits originaires de cette zone pouvant être échangés sous un régime tarifaire préférentiel entre l'Algérie et les Etats Arabe

- à l'exception : d'une liste des produits exclus des avantages fiscaux

Les produits originaires des Etas Arabes, non exclus de la zone arabe 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'effet équivalent.

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.

2.5.3 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 31/01/1999 pour encourager l'échange des marchandises entre les deux pays¹

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 la 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.

2.5.4 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

¹ www.Algex.com consulté le 15/02/2018 à 20 :30.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

permet ainsi aux produits algériens de mieux se positionner par rapport à la concurrence, en améliorant la compétitivité des entreprises.

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 droits aux USA. Afin de bénéficier de cet avantage les exportateurs algériens doivent remplir certaines conditions :

- L'exportation doit être directe : c'est-à-dire que le produit doit être exporté de l'Algérie vers les USA sans passer par le territoire d'un quelconque autre pays, sauf en transit.

- Tous les documents : factures, connaissement et autres pièces 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. , convention de coopération commerciale entre l'Algérie et la Jordanie a été signée le 19/05/1997, cette convention est entrée en vigueur le 31/01/1999 pour encourager l'échange des marchandises entre les deux pays.

Cependant, en dépit des journées d'informations organisées par le Ministère du Commerce et ALGEX pour faire connaître les avantages et liés à ce système, il demeure que, ce mécanisme qui aurait pu constituer une véritable opportunité pour favoriser les exportations hors

Hydrocarbures n'a pas suscité l'intérêt des entreprises algériennes, notamment celles qui souhaitent pénétrer les marchés étrangers. L'explication réside dans le fait que :

- La médiatisation reste encore insuffisante
- Les contraintes auxquelles sont exposés les exportateurs algériens ne sont toujours pas levées.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

2.5.5 Les autres accords commerciaux :

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

2.5.5.1 Accords bilatéraux avec les pays arabes : ¹

A. La Tunisie :

La convention entre l'Algérie et la Tunisie de 1981 qui prévoit l'exonération des taxes et droits de douanes entre les deux pays a été gelée par la partie algérienne en 1996. Cette convention est en cours d'actualisation

B. La Lybie:

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

C. La Mauritanie:

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 équivalent 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.

D. Le Maroc :

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

¹F.TOUAT: « *La promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie* », Mémoire de Master en sciences commerciales, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2016, p62.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

2.5.5.2 Convention dans le cadre de l'UMA:

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

2.5.5.3 l'accord d'accession de l'Algérie à l'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 de 1995 par l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC).

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 projets de paragraphes d'engagements sur les questions systémiques sont en cours de discussion.

Quant aux négociations bilatérales elles se poursuivent avec 13 pays. Avec plus de la moitié de ces pays des progressions notables sont enregistrées. Cependant, l'Algérie doit être suffisamment préparée avant d'obtenir le statut du membre auprès de cette organisation. En effet, des efforts importants doivent être consentis par l'Etat pour que les entreprises nationales puissent réellement y bénéficier. En outre, l'adhésion de l'Algérie à l'OMC réduit forcément sa marge de main œuvre, notamment en ce qui concerne la réglementation portant sur les échanges extérieurs. De plus, l'Algérie sera contrainte de revoir sa politique fiscale établie dans le cadre de sa politique de promotions aux exportations hors hydrocarbures ainsi que les aides accordées par le FSPE. Cela signifie

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

que l'Algérie ne peut plus décider de manière unilatérale de sa législation et de sa réglementation pour ce qui touche aux échanges de marchandises et de services.

Il est donc important à ce que l'Algérie veille à l'application de l'ensemble des accords administrés par l'OMC et qui couvrent différents domaines.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Section 03 : Les principaux obstacles des entreprises algériennes à l'exportation :

Malgré la mise en œuvre de programmes destinés à promouvoir plus efficacement l'exportation hors hydrocarbures, celle-ci n'arrive pas à dépasser 2 à 3% du volume global de nos recettes extérieures. Bien plus, ce résultat a tendance à se tasser en raison de la dynamique qui caractérise depuis quelques années les exportations d'hydrocarbures.¹

Les entreprises exportatrices algériennes font face à plusieurs difficultés. Les facteurs de blocage peuvent être identifiés aussi bien en amont du processus de la démarche d'exportation, qu'en aval de celui-ci.

3.1 Les obstacles rencontrés en amont du processus d'exportation :

En amont ce sont les contraintes liées au manque et aux difficultés d'accès aux ressources et compétences requises à l'export :²

1. déphasage des pratiques managériales par rapport aux exigences de l'internationalisation, retard dans la mise en conformité des produits et des processus ;
2. Quasi-inexistence de la relation entre les entreprises, les centres de recherche et les universités permettant de profiter des effets de synergies et de mutualiser les efforts en matière d'innovation.

3.2 Les obstacles rencontrés en aval du processus d'exportation :

Quant aux obstacles rencontrés en aval du processus, ils sont principalement le résultat du cadre institutionnel inadapté, inerte et l'incapacité des politiques publiques à impulser des comportements entrepreneurs plus ouverts aux stratégies internationales. La démarche d'exportation est jonchée d'obstacles, nous pouvons présenter les barrières les plus fréquentes comme:

¹ AXES DE REFLEXION ET PROPOSITIONS DU FORUM DES CHEFS D'ENTREPRISES «*en vue de la définition d'un programme de soutien et de promotion des exportations hors hydrocarbures* », Juillet 2006.

²Op.cit., N.ARROUCHE, p7.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

1. les lenteurs administratives à tous les stades de la démarche d'exportation y compris lors du remboursement de la TVA pour les produits exportés par les traders et lenteur de la récupération de la TVA par les opérateurs ;
2. l'administration de l'export : absence de structure d'export: Beaucoup d'entreprises exportatrices manque de structure orienté vers le développement des exportations. En effet, un département export dédié n'est pas mis en œuvre, le service commercial cumule tant les affaires sur le marché national que quelques dossiers à l'exportation. Les délais d'exécution ne sont pas respectés, et des erreurs sont commises ;
3. au niveau des services douaniers, les délais de dédouanement sont jugés très longs, ce qui entraîne des coûts supplémentaires et par conséquent la détérioration de la compétitivité internationale de l'entreprise;
4. limites et complexité de l'encadrement financier et bancaire des opérations d'exportation notamment durant les phases de financement de l'exportation et la gestion des risques devises. Il faut ajouter à cela l'inexistence de réelles prestations de conseil ou d'appui de produits de financement incitatifs pour les exportateurs (absence de ligne de financement spécifique à l'export à taux bonif) ;
5. difficultés liées à l'adaptation des produits aux normes internationales :Les entreprises exportatrices, quel que soit leur secteur d'activité se trouvent dans la nécessité de mettre en conformité aux normes internationales pour pouvoir vendre leurs produits sur les marchés étranger sans qu'ils soient sujet d'une quelconque interdiction. ;
6. manque de développement en matière de marketing international :
 - a. l'entreprise tout en possédant des produits phares sur le marché national, elle les introduit tels quels sur le marché d'exportation sans effort de marketing/communication particulier ;
 - b. parfois l'entreprise n'obtient pas la certification requise pour le marché international ;

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

- c. l'emballage des produits de l'entreprise répond essentiellement aux exigences du marché local, sans se soucier les modifications permettant une meilleure adaptation aux, exigences du marché étranger ;
 - d. le service après vente peut être assuré par l'entreprise sur le marché, mais il n'est pas réactif sur le marché international, et même si l'entreprise exportatrice tente de répondre au mieux aux exigences de ses clients internationaux, les délais restent significatifs ;
 - e. quant à la prospection, elle est parfois quasiment absente. L'entreprise repend aux opportunités d'export au coup par coup, sans procéder à une prospection particulière, ni même connaître des concurrents présents sur les marchés d'exportation.
 - f. l'équipement de communication (fax, internet,...) et les réseaux ne sont pas aussi performants de façon à gérer les relations avec les clients ;
7. un système non intégré, et non performant ne permet à l'entreprise exportatrice de réparer rapidement une offre technique et commerciale valable. La documentation technique de l'entreprise reste ainsi rudimentaire ;
8. dans le domaine des transports et de la logistique, plusieurs facteurs de blocage sont également identifiés, à savoir : insuffisance de moyens de transport notamment maritime ce qui engendre le surcoût du fret pour l'exportateur. Toutefois, même en matière du transport aérien se pose le problème de l'insuffisance de l'offre. Ce type de transport est monopolisé par Air-Algérie dont d'importants retards de vols engendrent des cargaisons entièrement avariées, notamment quand il s'agit des denrées périssables ;
9. aire de stockage inappropriée /carence de la chaîne du froid (entrepôts frigorifiques, camions et conteneurs frigorifiques etc..) ;

Force est de reconnaître, par conséquent, devant la modestie des résultats, que beaucoup de travail reste encore à faire pour infléchir les tendances lourdes observées jusqu'ici et pour engager l'économie dans une dynamique nouvelle d'insertion dans le marché mondial.

Chapitre 2 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Conclusion

Malgré toutes ces incitations et structures la question des exportations hors hydrocarbures n'a pas beaucoup changée depuis 1995. Plus encore le dispositif de 1996 a montré ses limites, loin de remplir le rôle que devrait être le sien dans la promotion et la dynamisation des exportations hors hydrocarbures.

De nombreux obstacles continuent de s'opposer à l'action d'exporter, Des obstacles qui mettent en cause des procédures bureaucratiques encore très lourdes à l'échelle du déroulement de n'importe quelle opération.

Les incitations, notamment financières qui sont en place sont certes très appréciées néanmoins elles ne compensent que faiblement le poids de des obstacles qui affectent les transactions à l'exportation.

Enfin le système actuel de soutien à l'exportation hors hydrocarbures semble actuellement en voie d'être remis en question sous la pression des concessions demandées par les partenaires étrangers dans le cadre des négociations des accords commerciaux avec l'UE comme avec l'OMC

**Chapitre 03 : l'Algérie face
au défi de la promotion de
l'exportation de la datte
Algérienne**

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Introduction

L'Algérie doit se débarrasser de sa dépendance envers le pétrole, pour cela elle se doit mettre en place les réformes économiques nécessaires pour diversifier son économie.

Son principal défi politique pour les prochaines années reste donc , celui de la diversification de son économie , l'amélioration de la productivité et la forte création d'emplois reposant sur un nouveau modèle de croissance qui doit être à l'abri de la fluctuation des prix du pétrole.

Pour mettre en éclairage les éléments que nous avons abordés dans le deuxième chapitre, à savoir le rôle des différentes structures d'appui dans la promotion des exportations hors hydrocarbures, les mesures initiatives et facilitations pour la booster des exportations hors hydrocarbures, ainsi que les contraintes et les obstacles qui empêchent le développement des exportations hors hydrocarbures algériennes, nous avons choisi d'étudier la filière de la datte algérienne, l'analyse des différentes données statistiques, ainsi que la rencontre avec certains responsables des dispositifs d'appui nous permettra de mettre l'accent sur les obstacles rencontrés par les exportateurs .

Ce chapitre se décline des trois points suivants :

1. Présentation de l'organisme d'accueil et de la méthodologie de recherche.
2. Présentation des résultats de l'étude.
3. Synthèse des résultats, recommandations et suggestions.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

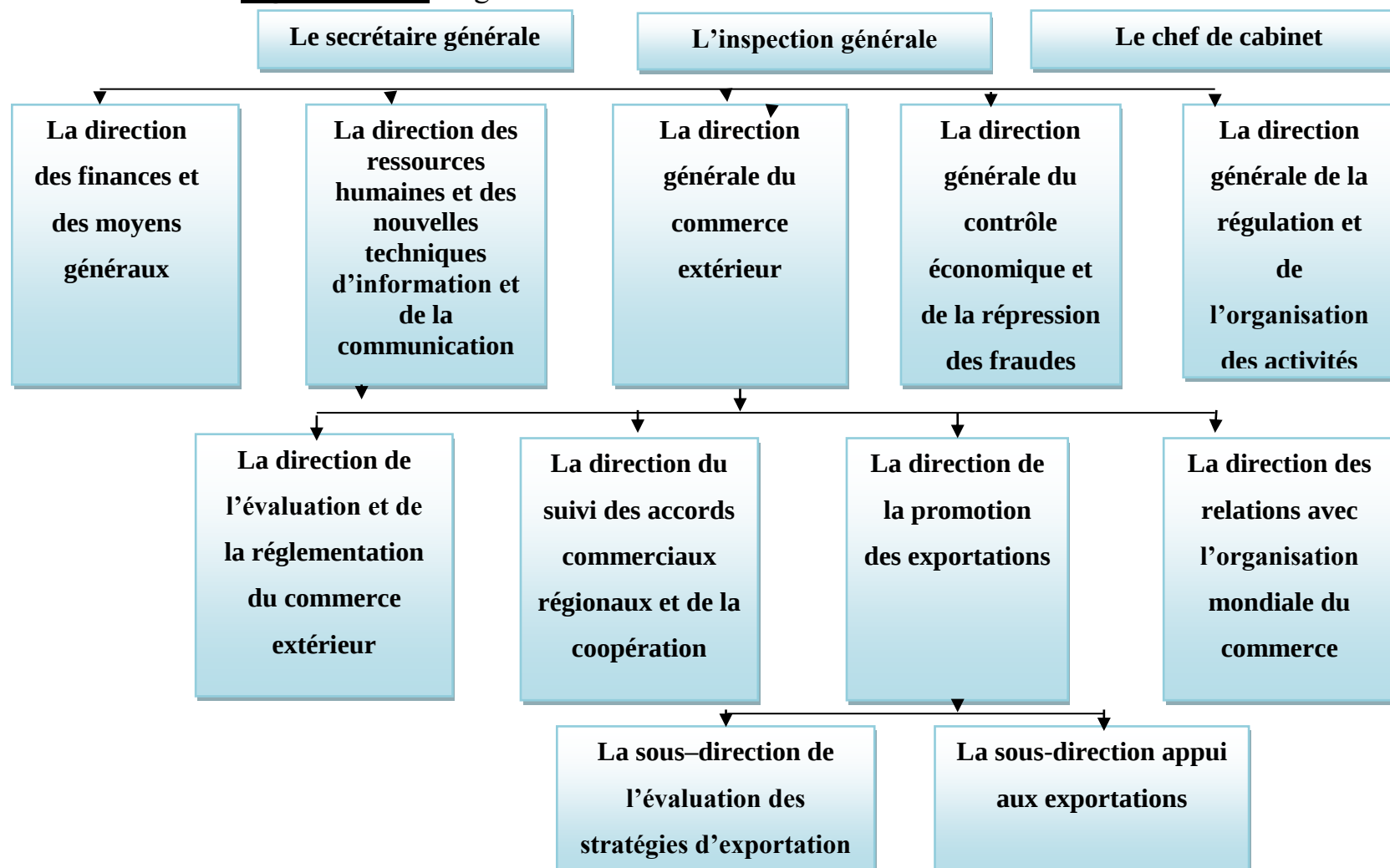
Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil et de la méthodologie de recherche :

1.1. Présentation de l'organisme d'accueil :

Le Ministère du Commerce est régi par le Décret exécutif n°14-18 du 19 Rabie El Aouel 1435 correspondant au 21 Janvier 2014 modifiant et complétant le décret exécutif n°02-454 du 17 Chaoual 1423 correspondant au 21 décembre 2002 portant organisation de l'administration centrale du Ministère du Commerce (JO N°04 du 26 Janvier 2014, P7).

L'organigramme du ministère du commerce sera repris en ANNEXE V

Sous l'autorité du Ministre du commerce, l'administration centrale du Ministère du commerce est organisée comme suit :

Figure N°02 : l'organisation centrale du ministère du commerce.

Source : réalisé par nos soins à partir de données fournis par le ministère du commerce

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Nous avons effectué notre stage de fin de cycle durant trois mois de février à mai 2018 au sein de la **direction de la promotion des exportations** dont les principales missions sont les suivantes :

- d'initier et de proposer toutes mesures tendant à promouvoir et à diversifier les exportations ;
- d'organiser la coordination dans la mise en œuvre des politiques d'appui aux exportations hors hydrocarbures ;
- d'orienter et de stimuler l'organisation des foires et des expositions ainsi que la tenue de salons spécialisés ou d'expositions spécifiques de produits algériens ;
- d'informer les services concernés placés auprès des représentations diplomatiques de l'Algérie à l'étranger en matière de promotion des exportations.

Elle comprend **deux (2) sous-directions** :

A) La sous-direction de l'évaluation des stratégies d'exportation chargée :

- de collecter et d'analyser les données juridiques et économiques relatives aux stratégies internationales d'exportation ;
- de proposer toutes mesures de mise en cohérence et d'adaptation de la stratégie nationale d'exportation aux exigences des marchés extérieurs ;

B) La sous-direction appui aux exportations, chargée :

- de proposer toutes mesures destinées à améliorer la compétitivité de la production nationale à l'exportation ;
- de veiller à la mise en œuvre des mesures d'appui aux exportations ;
- de contribuer à la mise en œuvre de toute action en matière d'expansion commerciale.

1.2 Méthodologie de l'étude :

Dans ce volet de notre travail, nous allons présenter l'objectif de notre recherche, les méthodes que nous avons choisies pour la collecte des informations, ainsi que l'analyse des résultats obtenus.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Notre étude vise à collecter un maximum de données sur la promotion des exportations des dattes en Algérie ainsi que :

- des données statistiques sur le commerce de dattes ;
- les contraintes qui entravent les entreprises algériennes exerçant leurs activités dans le domaine de l'agroalimentaire plus précisément celui des dattes à exporter ;
- les mesures prises par les différents organismes d'appui pour booster l'exportation des dattes ;
- les recommandations et les suggestions à prendre en considération pour améliorer ce secteur.

Dans notre travail de recherche, nous avons adopté une méthodologie mixte :

1.2.1 Une recherche quantitative :

La recherche quantitative vise à expliquer les phénomènes par une investigation empirique systématique des phénomènes observables par la collecte de données numériques, analysées à travers des méthodes fondées sur des techniques mathématiques, statistiques ou informatiques. La recherche quantitative implique la collecte et l'analyse des données qui soient quantifiables.

Dans notre cas, il s'agit principalement d'analyser les données statistiques disponibles au niveau de l'Observation Nationale Des Filières Agricoles et Agroalimentaires (ONFAA), ainsi que le centre National de l'Informatique et Ses Statistiques de douane (CNIS).

1.2.2 Une recherche qualitative :

La recherche qualitative est « *une étude à caractère intensif, utilisant au niveau de la récolte des données une approche relativement ouverte, non directive, permissive et indirecte des personnes interrogées* »¹

- Intensif : exploration en profondeur

¹P.PELLMANS : « *Recherche qualitative en marketing* », éd De Boeck, Bruxelles, 1999, p.17.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

- Ouverte : ouverture d'esprit, de questionnement
- Non-directive : pour la méthode de contact, l'animateur ne dirige pas, il utilise les références de l'autre pour avancer
- Permissivité : s'adapter pour donner à l'autre la pleine possibilité de s'exprimer
- Indirecte : prise de distance par rapport à ce que nous appliquons dans la vie quotidienne

Il existe différents outils de recherche qualitative, parmi ceux-ci, on peut citer : focus groupes, l'observation, tests projectifs, entretiens...etc.

Parmi ses différents outils, nous avons choisi pour notre étude, l'entretien comme outil de recherche.

A. L'entretien :

« L'entretien est une technique destinée à collecter, dans la perspective de leur analyse, des données discursives reflétant notamment l'univers mental conscient ou inconscient des individus. Il s'agit d'amener les sujets à vaincre ou à oublier les mécanismes de défense qu'ils mettent en place vis-à-vis du regard extérieur sur leur comportement ou leur pensée »¹.

L'entretien est une situation de face à face entre un enquêteur et un répondant. L'interaction entre ces deux acteurs permet d'explorer un sujet donné, et d'obtenir des données essentiellement qualitatives. Il peut être directif, semi-directif ou libre, un questionnement directif ne relève pas de l'entretien mais du questionnaire par contre dans l'entretien libre l'enquêteur définit un thème général sans intervenir sur l'orientation du propos du sujet.

Dans notre recherche, nous avons opté pour le mode d'administration semi-directif, appelé aussi entretien « centré », car il nous permet de collecter un maximum de

¹ A.RAYMOND et AL : « Méthodes de recherche en management », DUNOD, 4ème édition, Paris, 2014, p.274.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

données tout en suivant un cheminement logique représenté par les axes d'un guide structuré pour aborder une série de thèmes préalablement définis.

B. Personnes interrogées :

1. Souhila ABBELACHE :

Mme ABBELACHE Souhila travaille au ministère du commerce, elle est la chargée de la promotion des exportations et manifestations économiques à l'étranger à la direction générale du commerce extérieur.

2. Siham MANSOUR:

Mme MANSOUR Siham est la directrice du service foires et salons à l'étranger à ALGEX.

3. Karim TOUDERT :

Mr TOUDERT Karim est le directeur des relations internationales à la CACI.

4. Sieffedine GUETOUCHA :

Mr Sieffedine est le responsable du département foires à l'étranger au sein de la SAFEX.

C. Le déroulement de l'étude :

Notre étude est passée par différentes étapes, de son élaboration jusqu'à la retranscription des réponses et de leurs analyses.

a. Elaboration du guide d'entretien :

Avant de procéder à l'entretien, nous avons élaboré un guide d'entretien (ANNEX), ce dernier s'est basé sur les informations relatives à la faiblesse des exportations de dattes algériennes, les raisons de cette situation, les obstacles des entreprises à l'exportation et le rôle des différents organismes d'appui dans l'encouragement de ces entreprises à exporter.

Le guide d'entretien a été formé de 3 axes :

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

- présentation des différents organismes d'appui ;
- les dispositifs pour booster exportations hors hydrocarbures ;
- les contraintes rencontrées par les exportateurs algériens de dattes.

b. Prise de contact et entrevue :

Après avoir élaboré le guide d'entretien, il a fallu ensuite prendre contact avec les différentes personnes à interroger, afin de prendre rendez-vous. Ainsi nous avons pris rendez-vous avec Mme. MANSOUR, MR.TOUDERT, ensuite avec Mr. GUETOUCHA et enfin avec Mme. ABBELLACHE.

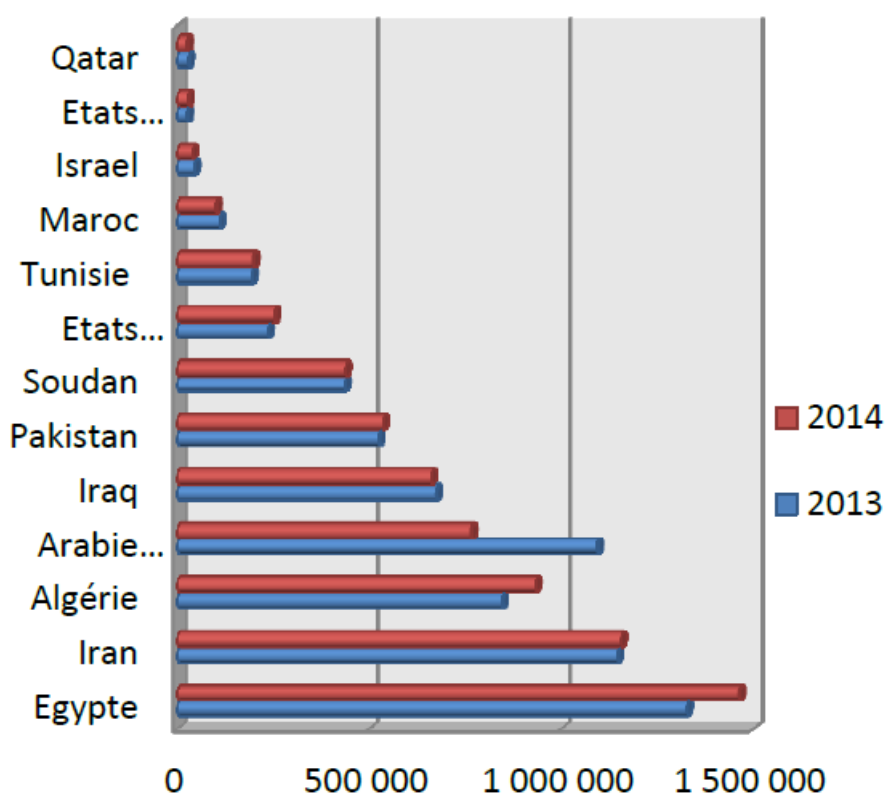
Les entrevues ont été enregistrées à l'aide d'un dictaphone et aussi une prise de note, afin de garder les réponses données par les personnes interrogées. Les entretiens ont eu lieu AVRIL 2018, ils ont durés en moyenne 40 mn avec chacune des personnes interrogées.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Section 02 : Présentation des résultats des études

2.1 Résultat de l'étude quantitative :

Graph N° 01 : la production mondiale de datte en tonnes



Source : ONFAA à partir de FAO

L'Egypte est le premier producteur mondial de dattes avec 1 465 030 T suivis de l'Iran et de L'Algérie. Malgré que la superficie du palmier dattier en Egypte soit inférieure à celle de l'Algérie (44 037 ha Vs 165 348 ha en 2014), elle arrive tout de même à réaliser une production plus importante que l'Algérie.

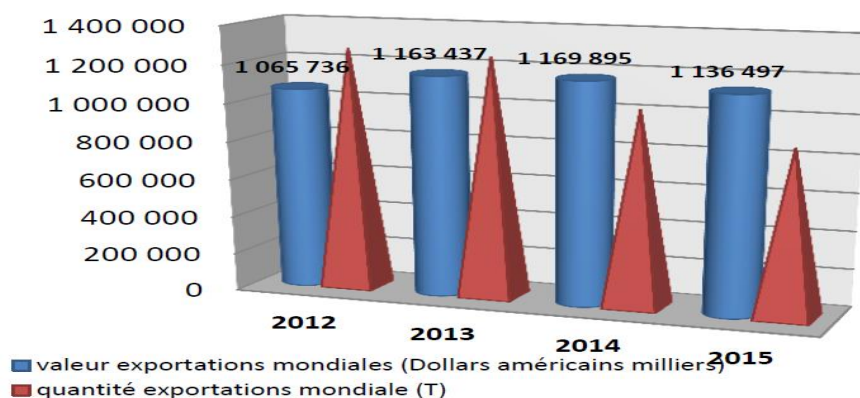
Elle est marquée par son rendement exceptionnel, atteignant plus de 33 tonnes/ha en 2014, tandis que l'Algérie est classée parmi les pays à faibles rendements avec 5.6 tonnes/ha.

En revanche, l'Arabie Saoudite a connu une chute considérable de sa production de dattes en 2014 par rapport à 2013 ce qui l'a classé derrière l'Algérie, en 4ème position.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Nous remarquons aussi que la production de dattes d'Israël, du Maroc, d'Iraq et du Qatar a aussi baissé en 2014 par rapport à 2013.

Graph N° 02 : l'évolution des exportations mondiales de dattes

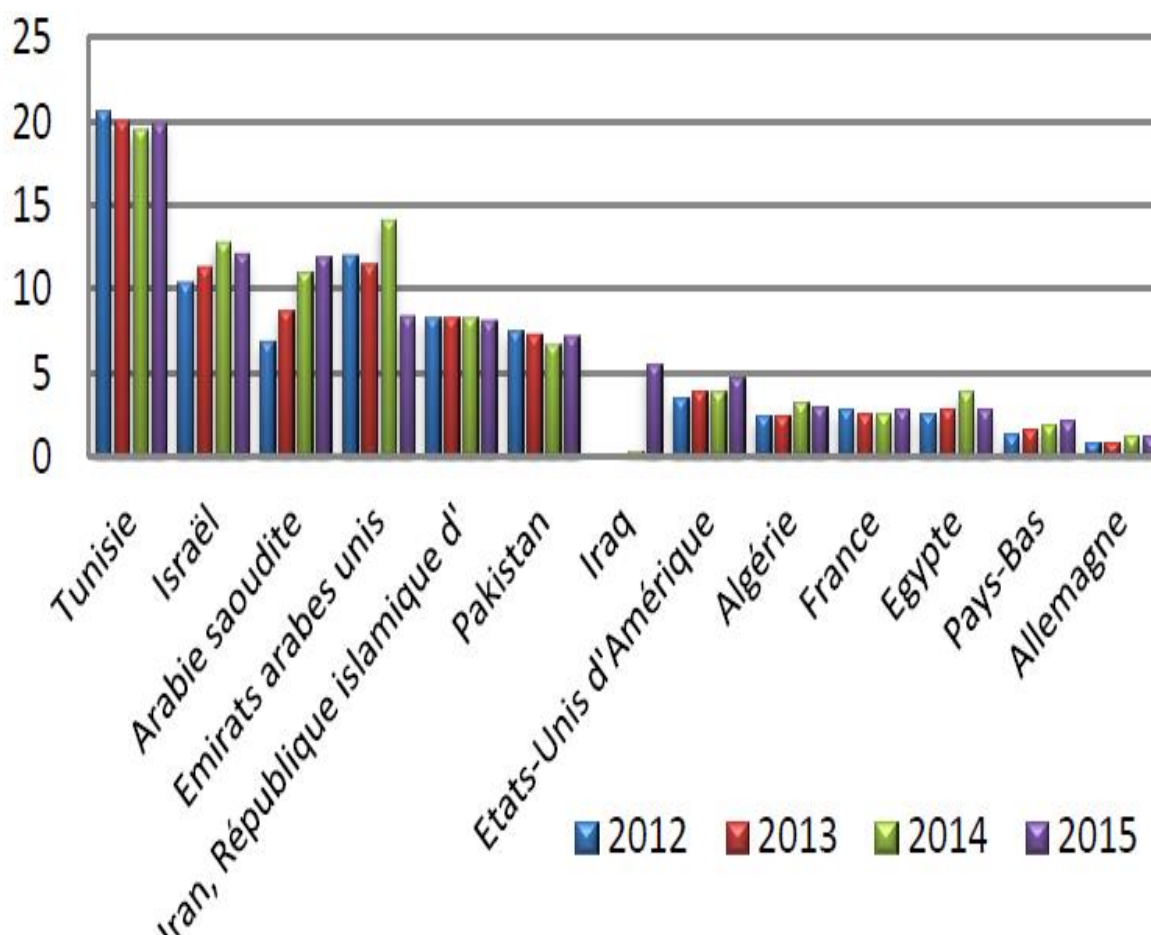


Source : ONFAA à partir de données trademap

Après une augmentation en 2013, les statistiques démontrent que les exportations mondiales de dattes en valeurs se sont presque stabilisées en 2014 pour baisser légèrement par la suite en 2015. Par contre, les quantités exportées ont connu une baisse depuis 2012 jusqu'à 2015.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Graphe N°03 : principaux pays exportateurs de dattes dans le monde (%)



Source : ONFAA à partir de données trademap

La Tunisie malgré sa faible production par rapport aux autres pays producteurs de dattes occupe la 1^{ère} place des exportations mondiales de dattes en valeur, suivi d'Israël.

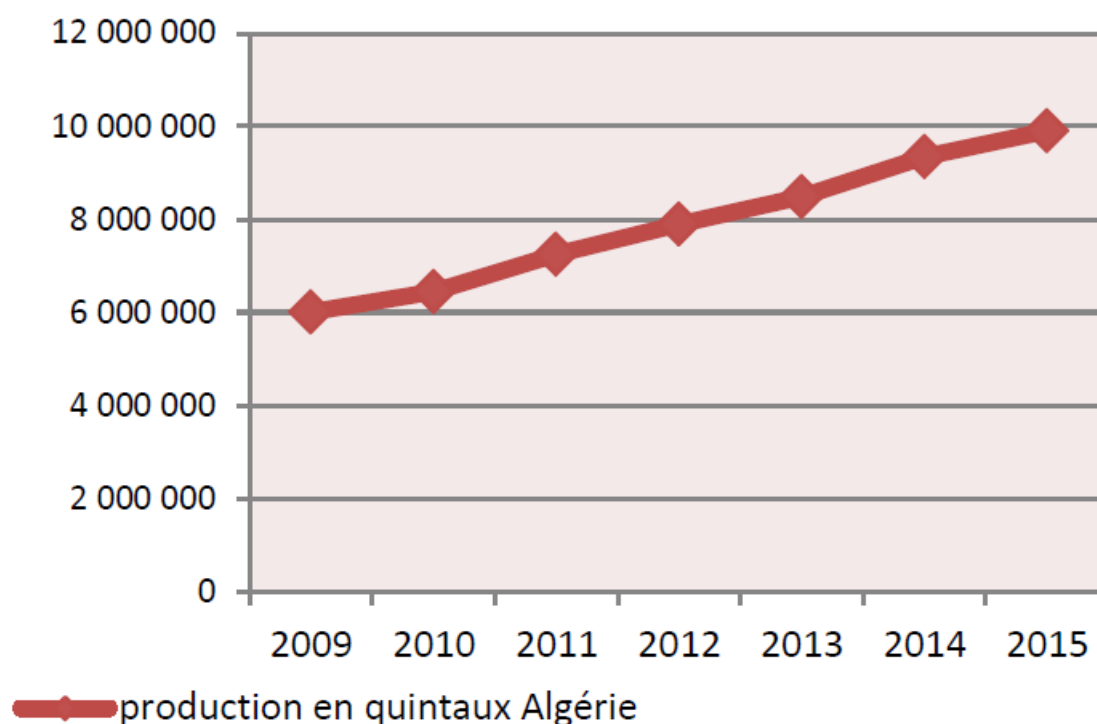
En 2015, l'Emirats Arabes Unis a connu une importante baisse de ses exportations de dattes.

En revanche, malgré que l'Algérie produit 12% de la production mondiale de dattes, l'équivalent de plus de 4 fois la production tunisienne de dattes, la Tunisie a exporté l'équivalent de plus de 6 fois de plus de la valeur de dattes exportées par l'Algérie.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

L'Algérie est le 8ème pays exportateur de dattes en quantité avec une production de 934 377 tonnes en 2014, cependant elle a exporté environ 3% seulement de sa production totale de dattes contre 44% de la production totale de dattes de la Tunisie en 2014.

Graph N° 04 : l'évolution de la production de datte de l'Algérie en (Qx)

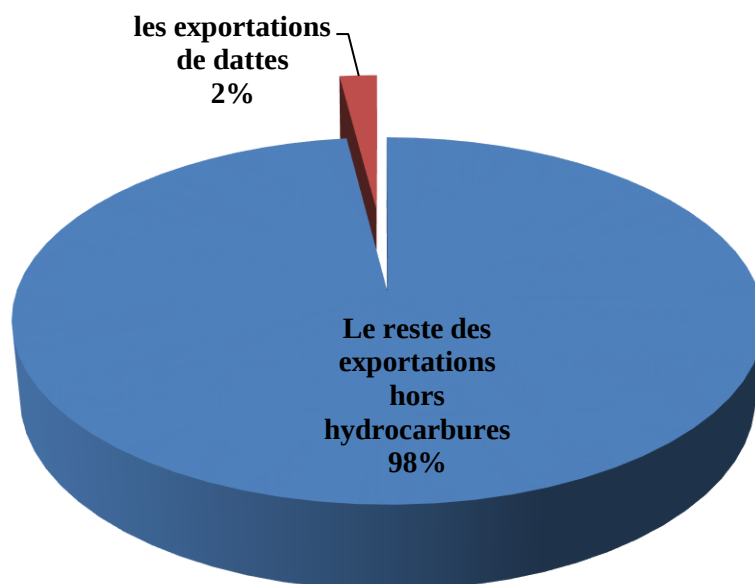


Source : ONFAA à partir de données DSASI

On peut dire que la production totale de dattes connaît un essor remarquable en Algérie, elle ne cesse d'augmenter depuis 2012, elle est passée de 600 096 de tonnes à presque 1 million de tonnes en 2015.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Graphe N°05 : le taux des exportations de dattes dans le total des exportations hors hydrocarbures en Algérie en 2016 (%)



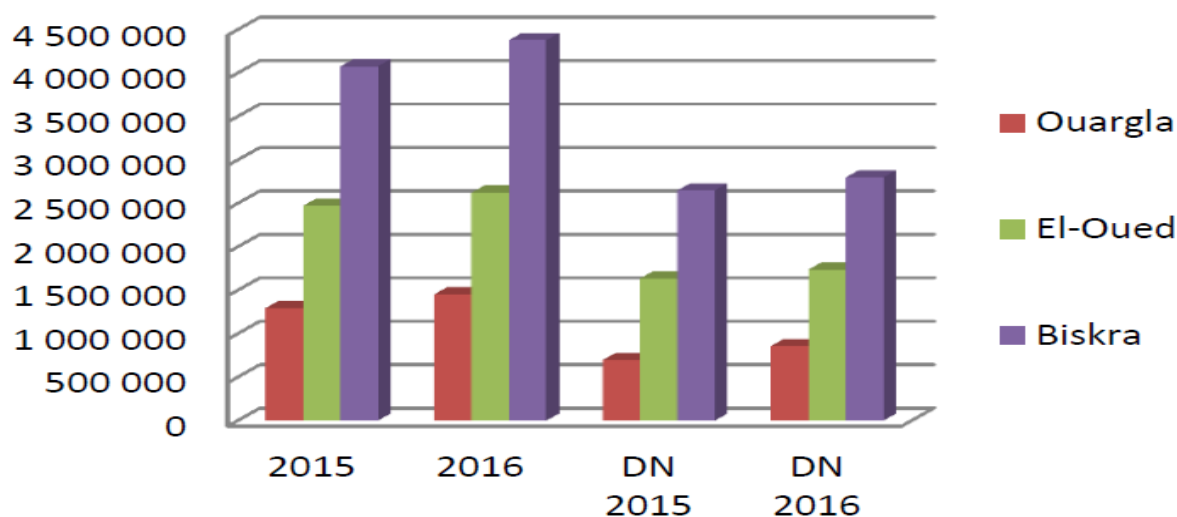
Source : élaboré par nos soins à partir de données CNIS.

Le taux d'exportation de la datte Algérienne représente la part de production locale qui est destinée à l'exportation. Il est un des indicateurs importants pour apprécier l'intérêt alloué par les pouvoirs publics à l'offre exportable de ce produit.

L'analyse de cet indicateur dévoile que les exportations algériennes de dattes représentent seulement 2% du totale des exportations hors hydrocarbures alors que la production connaît un essor depuis 2012.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Graphe N°06 : Les quantités récoltées de la Deglet Nour (DN) en Qx



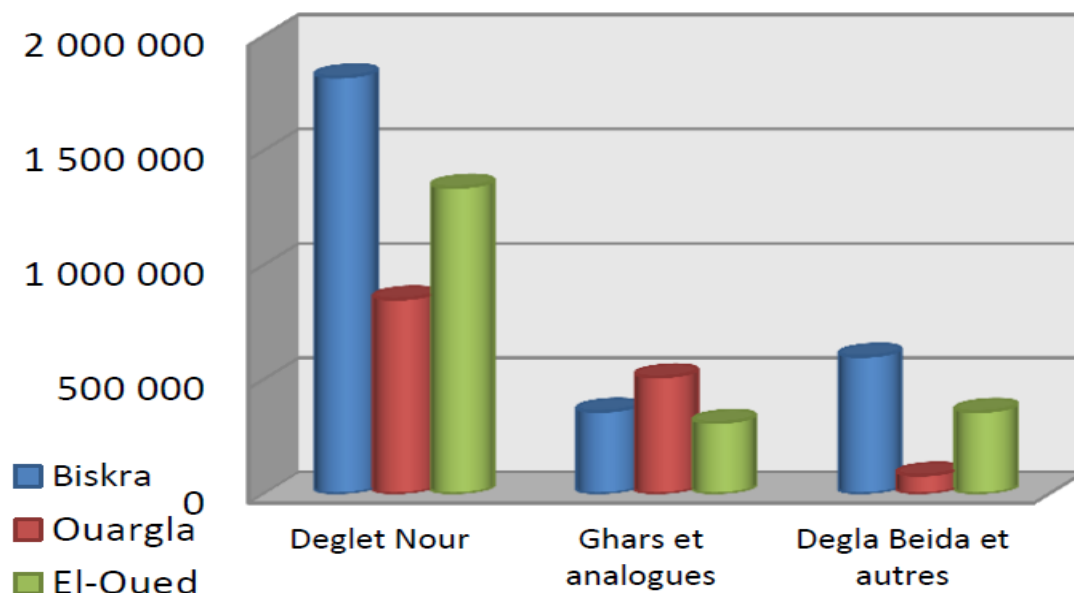
Source : ONFAA à partir des données DSA, Ouargla, El-Oued et Biskra

D'après les chiffres, les quantités totales récoltées de la Deglet Nour ont connu une augmentation considérable en 2016 par rapport à 2015 pour les 03 wilayas potentiellement productrices de la Deglet Nour.

Par ailleurs, nous remarquons également que la wilaya de Biskra est la région dont le rendement est le plus important.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Graphe N°07 : les quantités commercialisées de dattes par catégorie en 2016(Qx)



Source : ONFAA à partir de données DSA, Ouargla, El Oued et Biskra

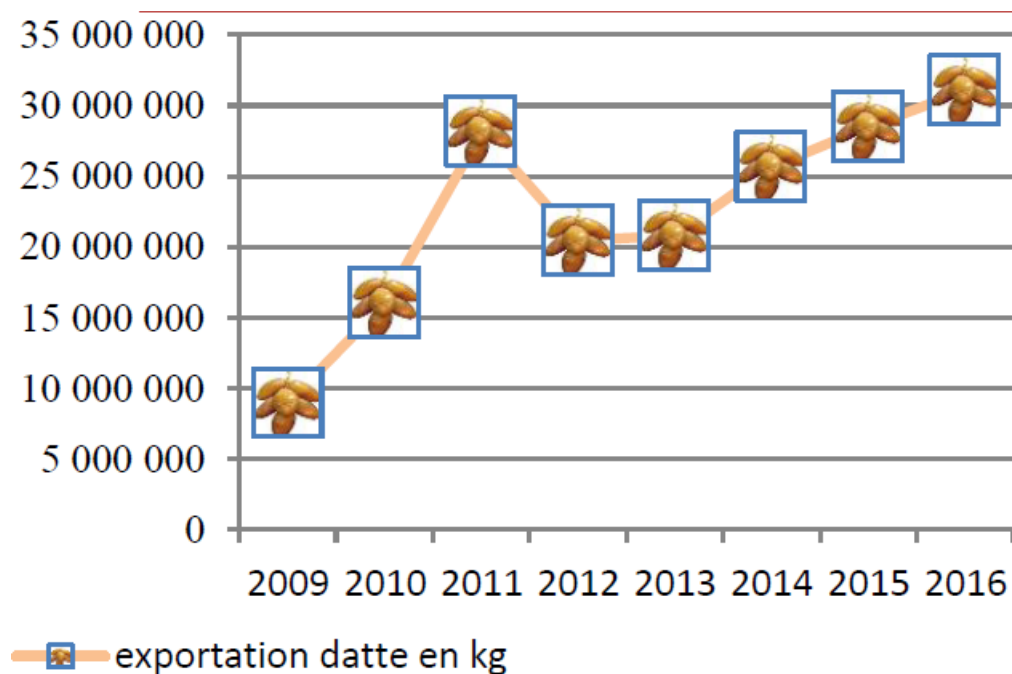
La wilaya de Biskra occupe la 1^{ère} place dans la commercialisation des variétés Deglet Nour et Degla Beida. Selon la DSA de Biskra, plus de la moitié de la Deglet Nour récoltée dans la wilaya de Biskra a été commercialisée (s'il n'y a pas un stock déjà déclaré) au cours de la campagne 2015/2016.

Quant à la wilaya d'Ouargla, elle occupe la 1^{ère} place dans la commercialisation de la variété Ghars. Presque la totalité des dattes toutes variétés récoltées dans la wilaya d'Ouarglaa étaient commercialisées selon la DSA d' Ouargla.

Pour les rendements de la variété Deglet Nour; la wilaya de Biskra a réalisé le rendement le plus performant avec 114 kg/arbre en 2016.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Graphes N°08 : l'évolution des exportations de dattes algériennes en quantités

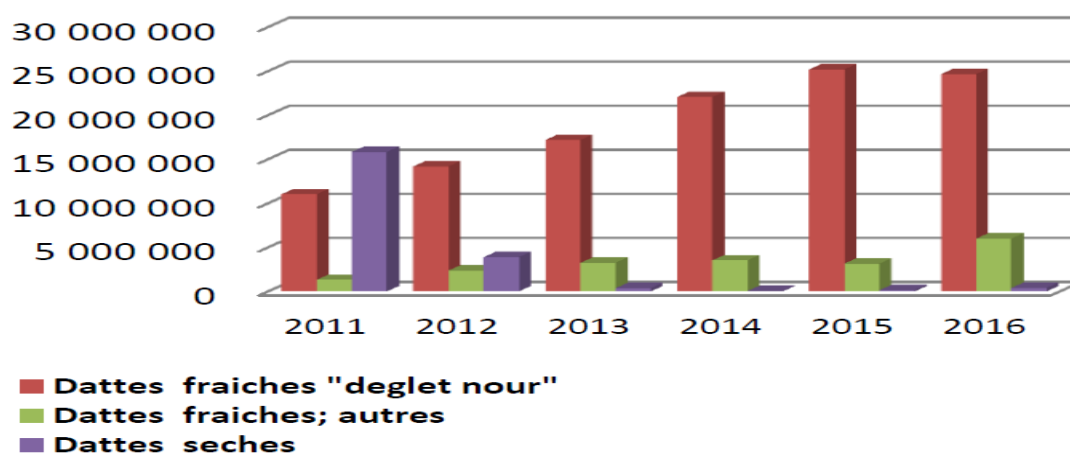


Source : ONFAA à partir de données CNIS

Bien que la production totale de dattes en Algérie ait constamment augmenté ces dernières années ; l'exportation en revanche a connu une importante fluctuation. Après une hausse de 2009 à 2011, les exportations ont chuté pour connaître à nouveau une hausse à partir de 2013 afin d'atteindre les 31 048,184 tonnes en 2016.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Graphe N°09: les exportations de dattes algériennes en quantité (kg) par catégorie



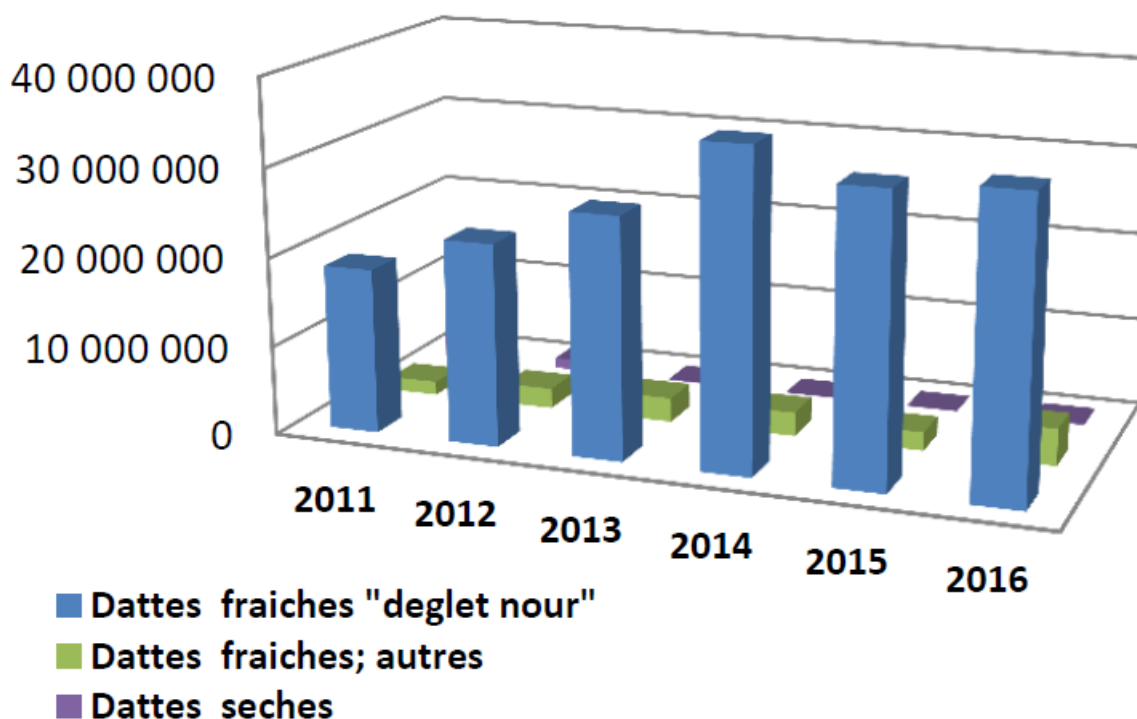
Source : ONFAA à partir de données CNIS

Selon les chiffres cités auparavant, le constat est le suivant:

- ❖ une augmentation continue de l'exportation de la Deglet Nour en quantité sauf en 2016, cette variété a connu une baisse au détriment des autres variétés de dattes fraîches ;
- ❖ une année exceptionnelle pour l'exportation de la datte sèche en quantité, dont elle a atteint son maximum en 2011 par rapport aux autres catégories, par contre elle a connu une régression par la suite jusqu'à 2016 où elle a connu une légère augmentation.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Graphe N°010: les exportations de la datte algérienne en valeur (USD) par catégorie



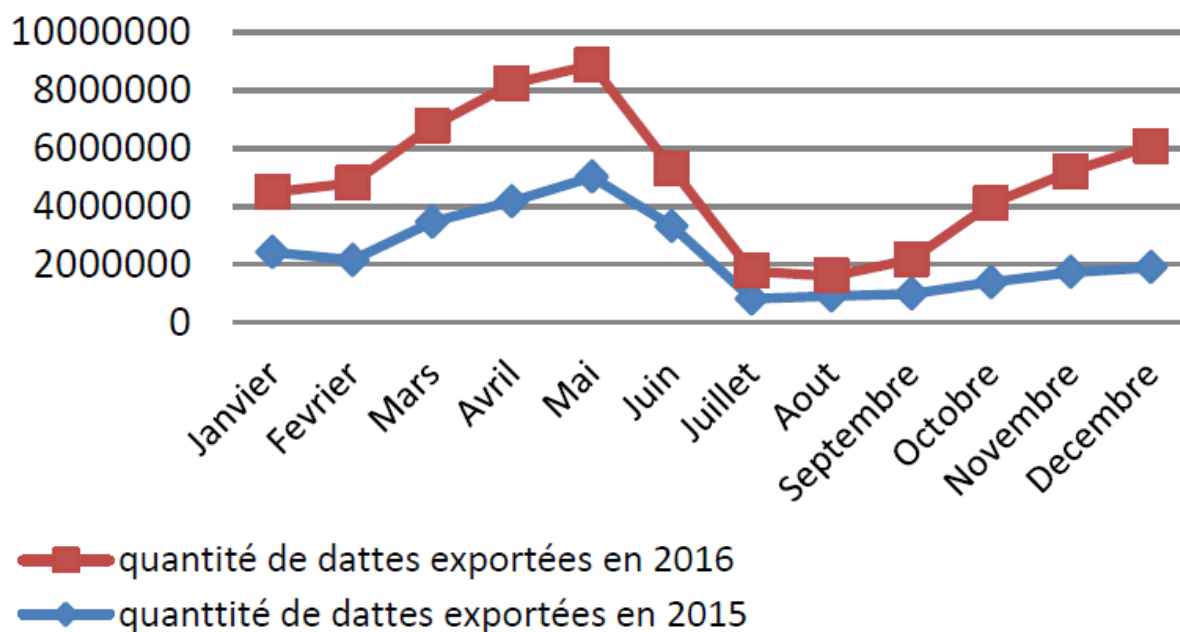
Source : ONFAA à partir de données CNIS

La Deglet Nour a connu une évolution positive des exportations en valeur et en quantité jusqu'à 2014. Cependant, même si les quantités exportées ont connu une augmentation, les valeurs quant à elles ont baissées et cela peut être justifié par une baisse des prix de vente.

Malgré, la quantité importante de dattes sèches exportée en 2011, la Deglet Nour reste la catégorie qui dégage une plus-value importante.

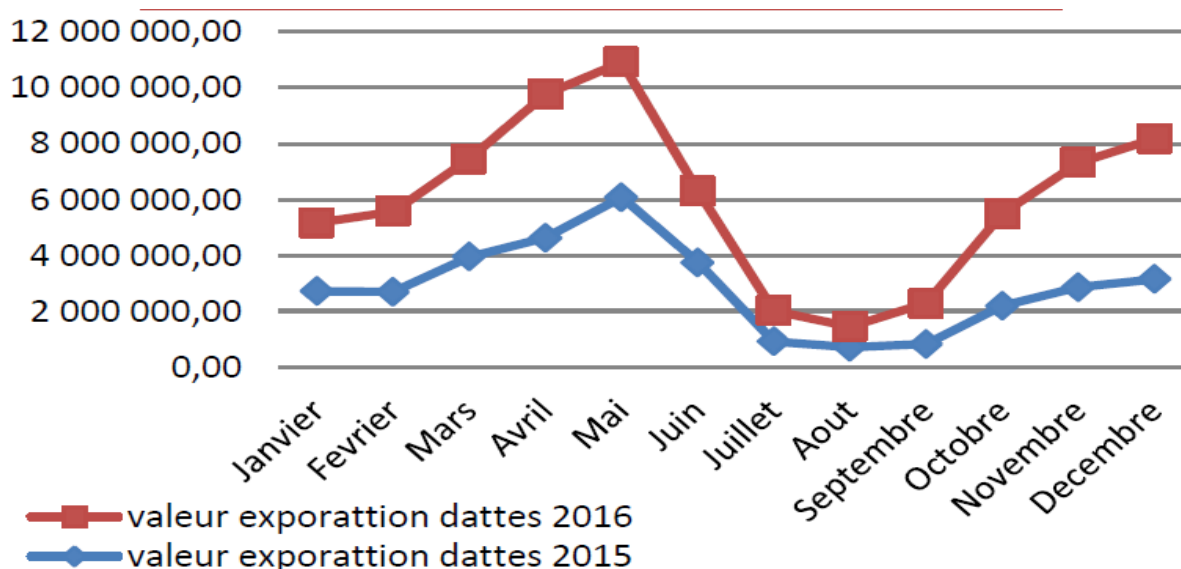
Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Graphe N°11: comparaison des exportations de dattes en quantité (Kg) par mois entre 2015 et 2016



Source : ONFAA à partir de données de CNIS

Graphe N°12: comparaison des exportations de dattes en valeur (UDS) par mois entre 2015 et 2016



Source : ONFAA à partir de données CNIS

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

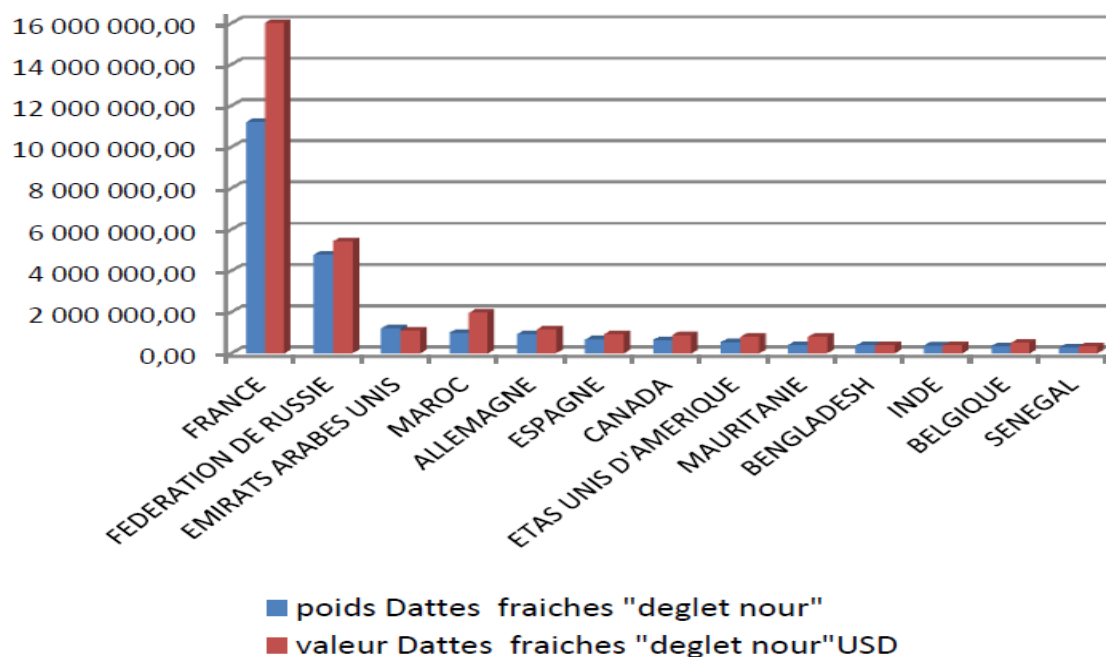
Les exportations de dattes en quantité et en valeur en 2016 étaient nettement supérieures par rapport à celles de 2015 durant tous les mois de l'année.

À partir des mois de mai et de juin les exportations de dattes subissent une chute considérable en quantités jusqu'au mois de septembre pour reconnaître à nouveau, une hausse des quantités exportées.

Les pics d'exportation sont observés durant les mois d'Avril et de Mai, cela coïncide avec l'approche du mois de ramadhan durant ces dernières années.

En effet, l'exportation de dattes devient plus importante à l'approche du mois sacré surtout dans les pays où la présence de la communauté musulmane est importante, notamment, La France, l'Espagne, la Belgique, la Malaisie...

Graphe N°13: Les principaux pays importateurs de la datte algérienne en quantité (Kg) et en valeur (UDS) de la variété Deglet Nour en 2016

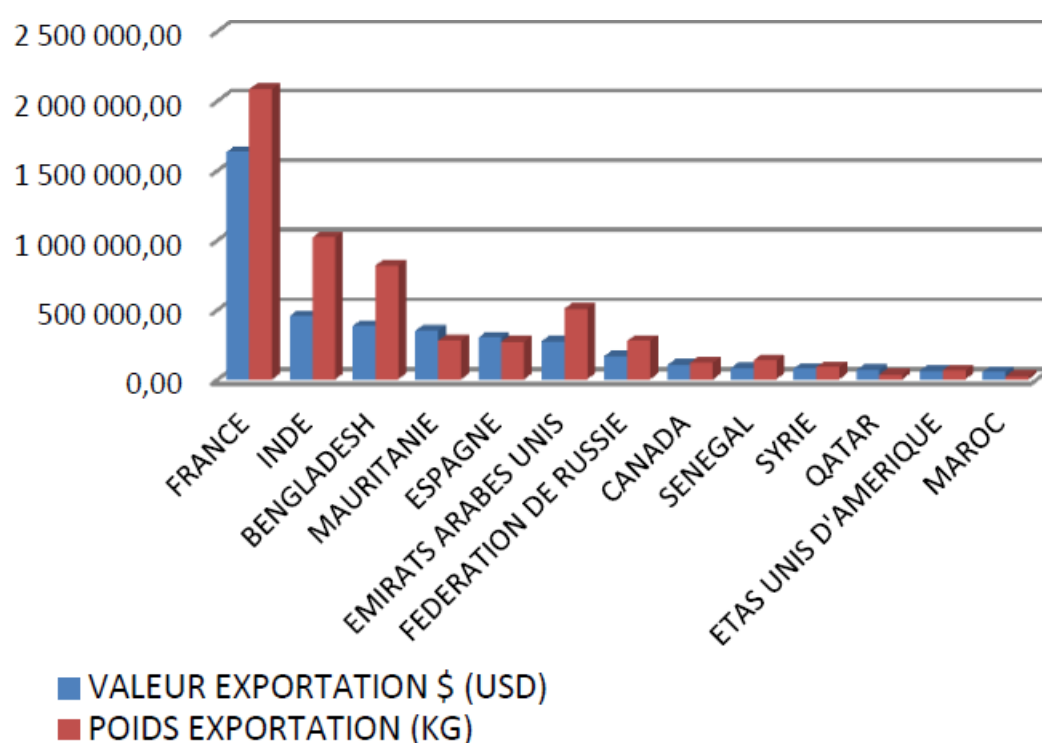


Source : ONFAA à partir de données CNIS

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

La principale destination de la Deglet Nour algérienne est la France suivi de la Russie et des Emirats Arabes Unis. Par contre, pour le Maroc et l'Allemagne, malgré que les quantités importées sont inférieures à celles importées par l'Emirats Arabes Unis, l'Algérie arrive à dégager plus de valeur.

Graph N°14: les principaux pays importateurs des autres dattes fraîches algériennes en quantité (Kg) et en valeur -USD) en 2016

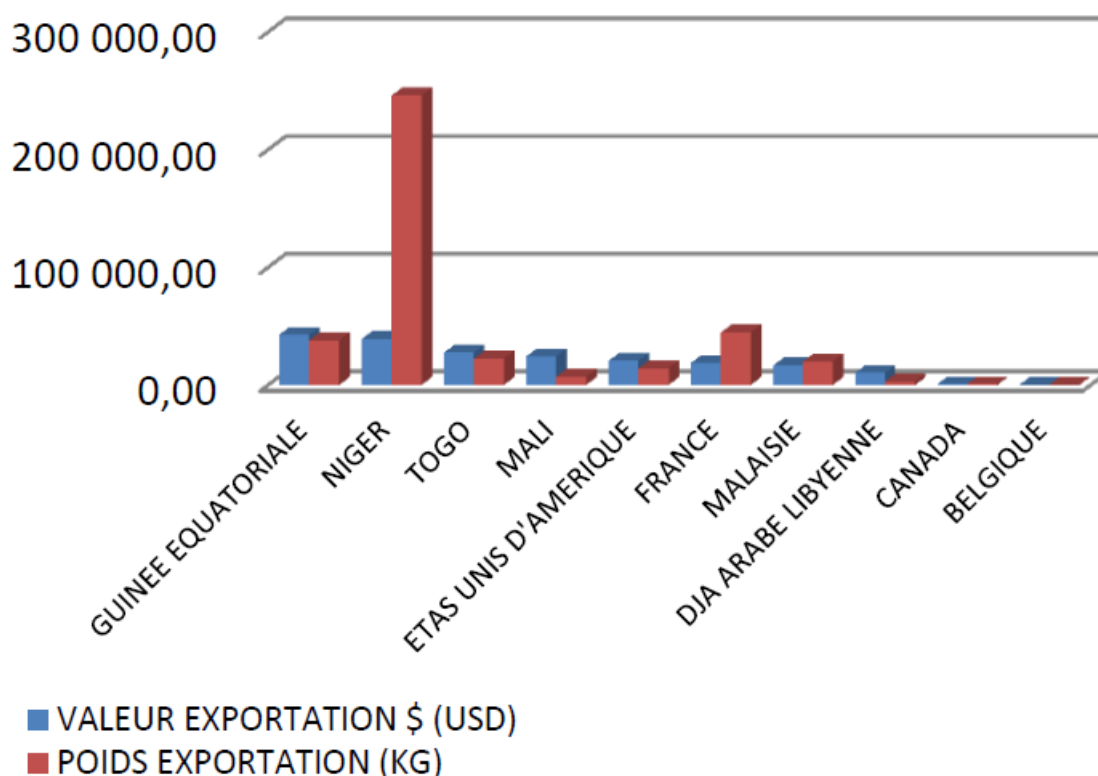


Source : ONFAA à partir de données CNIS

Pour la catégorie des autres dattes fraîches, nous remarquons que la France reste la principale destination des dattes algériennes, ceci pour cause de la concentration de la population Algérienne et maghrébine en générale sur le territoire français, suivie de l'Inde et de la Bangladesh

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Graphe N°15: les principaux pays importateurs de la datte algériennes sèches en quantité (Kg) et en valeur -USD) en 2016



Source : ONFAA à partir de données CNIS

Par contre, les pays africains sont les principaux pays destinataires de la datte algérienne sèche.

En revanche, les quantités importées de la datte sèche algérienne par le Niger et la France sont importantes mais, en valeur, elles sont inférieures.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

2.2 Résultat de l'étude qualitative :

Nous allons maintenant exposer les principales réponses collectées des personnes interrogées par axe :

A. Axe1 : Présentation générale des différents organismes d'appui :

Suite aux réponses de nos interlocuteurs aux questions de cet axe, nous avons pu dresser le parcours des différents organismes d'appui, ainsi leurs missions et leur rôle dans la promotion des exportations hors hydrocarbures spécifiquement celles des dattes.

Nos conclusions sont les suivantes :

ALGEX est l'une des structures d'appui chargée d'analyser les marchés mondiaux et de réaliser des études prospectives globales ou sectorielles sur les marchés étrangers, c'est un EPA soumis à un contrôle externe ou elle dépend de budget de l'Etat, donc forcément il y a un manque de moyens financiers pour créer des bureaux d'études, de réaliser des études de marché plus approfondies. Ainsi, le rôle de cette agence est tourné principalement vers l'accompagnement technique des exportateurs à commencer par l'étude, la prospection des marchés, la conduite des procédures, la finalisation du marché et enfin le transfert financier.

La SAFEX est chargée d'accompagner les exportateurs dans leurs conquêtes de marchés extérieurs, en organisant des foires, salons spécialisés et expositions à caractère international, ainsi que l'organisation de la participation algérienne aux foires et expositions à l'étranger.

La CACI est une courroie de transmission entre les entreprises et les pouvoirs publics mais également une force de propositions. Elle a pour principale mission de viser tous les certificats et les documents commerciaux à l'international (à l'exception de ceux utilisés dans les opérations d'exportations de produits vers l'Europe en raison de l'entrée en vigueur de l'accord d'association avec l'union européenne, ce qui fait d'elle un passage obligé pour tout document à l'international).

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Le Ministère Du Commerce quant à lui est un organe essentiel dans la promotion des exportations hors hydrocarbures, il charpente les structures d'appui à la promotion des exportations proposant des stratégies en matière de commerce extérieur ainsi que d'organiser la coordination dans la mise en œuvre des politiques d'appui aux exportations hors hydrocarbures , aussi le Ministère du commerce se charge d'orienter et de stimuler l'organisation des foires et des expositions ainsi que la tenue de salons spécialisés ou d'expositions spécifiques de produits algériens, ainsi d'informer les services concernés placés auprès des représentations diplomatiques de l'Algérie à l'étranger en matière de promotion des exportations..

Afin de booster les exportations hors hydrocarbures en général, les structures d'appui citées ci-dessus , mais aussi d'autres institutions telles que la CAGEX , DOUANE ,BANQUE... , travaillent ensemble en formant une chaine d'acteurs qui participent à la promotion des exportations hors hydrocarbures dans tous les domaines notamment celui des dattes.

B. Axe 2 : les dispositifs pour booster exportations hors hydrocarbures

Lors du deuxième axe de cet entretien, nous avons demandé à nos interlocuteurs de nous parler des programmes de développement des exportations de dattes.

Nous synthétisons que l'ALGEX informe, porte conseil, recadre les études préalables des exportateurs, elle les aide aussi à adapter et réussir leurs opérations à l'international (INCOTERM, paiement, normes internationales...). ALGEX veille aussi à mettre en relation les exportateurs avec un potentiel acheteur et trouver des marchés pour distribuer leurs produits à l'international. Si toute fois l'agence ne dispose pas les informations nécessaires, elle oriente les exportateurs à des institutions plus spécialisées à travers la mise en disposition d'une documentation et des publications. Elle permet aussi la prise en charge et l'écoute des doléances des exportateurs à travers DAR EL MOUSSADIR à partir du séminaire de mois Avril 2016, il a été créé une cellule d'écoute présidée par le ministre lui-même pour trouver des solutions aux obstacles des exportateurs.

La CACI quant à elle a mis en place une vitrine virtuelle www.exportal.dz afin que les opérateurs économiques désireux d'aller vers le marché international puissent faire

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

connaître leurs produits pour bénéficier de plus de visibilité, et ceci en envoyant un formulaire d'inscription. Aussi, elle a mis en place «les métiers à l'export» une formation dédiée aux PME. Elle est financée à hauteur de 80% par le FSPE. Enfin la CACI a mis en place le carnet ATA, un document permettant une exportation temporaire de marchandises à destination de foires et salons, vers 74 pays valables une année permettant une suspension de droit de douane.

Concernant la SAFEX, elle se charge d'organiser la participation des exportateurs de dattes aux foires et salons internationaux, afin de faire connaître le produit Algérien de les mettre en relation avec des clients potentiels.

De plus les autorités publiques octroient des aides d'ordre financières, tel que le fond spécial de promotion des exportations (FSPE) qui apporte un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits dans les marchés internationaux, ce dernier se charge du remboursement partiel des frais de transport international ainsi que la prise en charge d'une partie des dépenses engagées dans le cadre de la participation des entreprises algériennes exportatrices dans les manifestations économiques (foires, salons...) organisées à l'étranger., notamment une couverture 80% est accordée aux opérations d'exportation des dattes et ce pour toutes destinations avec octroi d'une prime de valorisation de 5DA/kg pour l'exportation de la datte conditionnée en ravers de 1kg et moins, à l'exception des dattes en branchettes. Mais aussi, on retrouve le Fonds National de Régulation et Développement Agricole (FNRDA) qui est destiné à apporter un soutien financier à tout exportateur intervenant dans le domaine de l'exportation de dattes.

Cependant, selon ses personnes interrogées, les exportateurs jugent que les organismes d'appui et les dispositifs de soutiens sont peu performants. Ceci est particulièrement vrai pour l'ALGEX qui propose essentiellement des informations jugées généralement comme dépassées. C'est aussi vrai pour la SAFEX qui est jugée comme un monopole de fait, monopole dont les prestations sont très médiocres en raison des problèmes d'organisation et de la Lenteur dans le rapatriement du matériel. Aussi, les services de la CACI auxquels recourent les exportateurs sont exclusivement la documentation et la consultation des programmes des foires et manifestations officielles ainsi que la certification de l'origine. Enfin, très peu d'exportateurs recourent au FSPE,

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

tout au moins actuellement, parce que les temps de réponse sont excessivement lents, les décisions non transparentes et la nomenclature des dépenses couvertes non standardisées.

Pour finir, ses différents organismes organisent souvent d'une part des journées d'études regroupant les exportateurs et les représentants de ses structures d'appui afin de faire la mise en point sur le commerce extérieur, de connaître les obstacles que rencontrent ses exportateurs dans leurs conquêtes vers les marchés extérieurs pour pouvoir connaître leurs attentes et essayer de remédier à ces obstacles. D'autre part, elles organisent des journées de sensibilisation pour initier les producteurs locaux au commerce extérieur.

C. Axe 03 : Les contraintes rencontrées par les exportateurs algériens de dattes :

Lors du dernier axe de cet entretien, nous avons demandé l'avis de nos interlocuteurs au sujet des exportations algériennes de dattes, nous concluons que malgré que la production totale de dattes connaît un essor remarquable en Algérie, qui ne cesse d'augmenter depuis 2012 passant de 600 096 de tonnes à presque 1 millions de tonnes en 2015, l'exportation de dattes quant à elle a connu une fluctuation et n'arrive toujours pas à suivre la courbe de production qui est en constante augmentation.

En effet, les exportateurs Algériens ont réussi à mettre les dattes Algériennes sur le marché de plus de 50 pays, cependant les quantités ne sont pas énormes, en raison de difficultés rencontrées lors de l'exportation.

Il faut noter que seulement 54 variétés de dattes parmi 360 existantes sont mises sur le marché mondial, principalement Deglet Nour grâce au fait qu'elle ait bénéficié d'un label IG en 2015, ce qui indique le problème de certification est l'un des facteurs qui entravent l'exportation de dattes.

De plus, la datte Algérienne n'est pas concurrentielle en raison de ses prix élevés, à cause des spéculateurs de dattes qui fixent des prix exorbitants décourageant ainsi de nombreux exportateurs à acheter le produit phoenicicole, et par conséquent affaiblir l'attractivité de la datte algérienne sur le marché mondial.

D'autre part, la contrebande, un fléau qui empêche le développement de l'exportation de datte. Effectivement, des quantités importantes sont exportées de manière officieuse, en passant par les pays frontaliers.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Par ailleurs, la défaillance de la chaîne logistique et du circuit de commercialisation est l'un des problèmes les plus importants rencontrés par les exportateurs de dattes, en effet la difficulté de trouver des moyens de transport en temps voulu, l'absence d'avion cargos, l'insuffisance de ligne maritime, et l'absence d'infrastructure de conditionnement au niveau des ports empêchent les exportateurs d'acheminer les marchandises dans les délais. De plus, les exportateurs ne sont pas assez approvisionnés par les agriculteurs, qui utilisent des moyens traditionnels de récolte, de stockage et de conditionnement, et donc ces derniers ne peuvent pas avoir les quantités nécessaires pour honorer leurs contrats, ce qui écornent leur image auprès de leurs clients étrangers qui préfèrent se tourner vers d'autres sources d'approvisionnement.

Enfin, le problème de la bureaucratie et les pratiques de certains exportateurs algériens avec la complicité des responsables locaux qui exercent un monopole sur l'activité d'exportation de dattes, et s'accaparent des avantages accordés par les dispositifs d'accompagnements, bloquent le développement de ce type d'exportation.

Pour finir voici un tableau illustrant une analyse SWOT de la chaîne d'exportation de dattes:

Tableau N°1 : analyse SWOT de la chaîne d'exportation de dattes

Forces	Faiblesses
• Savoir faire des producteurs. • L'existence de 360 sortes de dattes • Reconnaissance à l'international de la variété Deglet Nour • Amélioration du management de la qualité dans certaines usines de conditionnement	• Pratiques culturelles non formalisées et traditionnelles • Sensibilité et exigence particulière de la variété Deglet Nour • Défaillance de la chaîne logistique et du circuit de commercialisation • Les acteurs économiques ne disposent pas des informations

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

	pertinentes concernant les nouvelles techniques de production, la réglementation, le marché, etc. • Absence d'une stratégie d'exportation • Problèmes de la bureaucratie • Manque d'exportateur professionnels
Opportunités	Menaces
• Existence de mesures d'accompagnements et de soutiens financiers • Une demande mondiale de dattes croissante	• Spéculateurs des dattes qui fixent des prix très élevés • L'exportation clandestine et la contrebande • Monoculture monovariétale (Deglet Nour). • Concurrence mondiale accrue surtout des dattes tunisiennes (variété Deglet Nour)

Source : élaboré par nos soins

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Section 03 : synthèse de résultats, recommandations et suggestions :

3.1 Synthèse des résultats :

L'Algérie est classée parmi les principaux pays producteurs de dattes, elle se distingue par contre par sa faible présence sur le marché international.

Selon les statistiques mondiales, en 2014, l'Algérie est classé troisième pays producteur de dattes après l'Egypte et l'Iran. En valeur, il a exporté six (06) fois moins que la Tunisie (1er exportateur mondial de dattes malgré sa faible production). La Tunisie a exporté 44% de sa production totale de dattes en 2014 contre seulement 3% pour l'Algérie, au cours de la même année.

Les exportations algériennes de dattes n'arrivent toujours pas à suivre la courbe de la production qui est en constante augmentation.

Les entretiens avec les représentants des différentes structures d'appui nous ont permis d'avoir plus d'informations sur les facilitations accordées dans le cadre de la promotion des exportations hors hydrocarbures, mais aussi d'avoir une idée plus approfondie sur l'exportation des dattes en Algérie.

Nous pouvons donc tirer de cette étude les conclusions suivantes :

- les exportateurs de dattes algériennes rencontrent beaucoup de problèmes, de différents ordres durant leurs activités de commerce extérieur, dont le problème de la bureaucratie ;
- les contraintes qui entravent l'exportation des dattes algériennes existent au niveau de toute la chaîne de datte que ce soit en amont ou en aval, et pendant tout le processus d'exportation ;
- l'Algérie souffre d'un sérieux manque de stratégie concernant les exportations hors hydrocarbures en général, et les exportations de dattes algériennes en particulier;
- les pouvoirs publics soutiennent l'exportation de dattes algériennes à travers les différents dispositifs d'appui mis au point ;

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

- le problème majeur de cette filière est le manque de ressources humaines spécialisées et qualifiées ;
- la volonté de se diversifier existe, mais l'état d'avancement sur terrain est lent.

Nous pouvons aussi ressortir les points positifs et négatifs :

Tableau N°2 : points positifs et points négatifs des résultats de l'étude

Points positifs	Points négatifs
➤ Les différentes structures d'appui travaillent en collaborant entre elles, formant ainsi une chaîne d'opérateurs mis à la disposition des exportations, et nous remarquons qu'il existe une très bonne communication entre ses différents maillons. ➤ Nous remarquons une prise de conscience la part des pouvoirs publics, qui encouragent l'exportation de dattes algériennes en investissant dans l'organisation des foires et salons nationaux et internationaux. ➤ L'Etat lance des efforts afin de mieux centrer les difficultés rencontrées par les exportateurs lors de leurs activités d'exportation en organisant des séminaires, colloques,	➤ Les résultats des exportations de dattes algériennes ne reflètent pas les efforts menés pour sa promotion. ➤ Le problème de la logistique internationale en Algérie, est une entrave qui freine sérieusement les exportateurs dans leurs activités, et pousse les clients étrangers à se tourner vers d'autres fournisseurs.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

journées d'études et rencontres entre les responsables des institutions d'appuis, agriculteurs et exportateurs.	
---	--

Source : élaboré par nos soins.

3.2 Recommandations et suggestions :

Les difficultés rencontrées sont nombreuses et de plusieurs ordres comme on a pu le constater précédemment, cependant tout problème a une solution à condition d'analyser la chaîne d'exportation et d'analyser avec précision et de façon objective toutes les entraves auxquelles sont confrontés les exportateurs de dattes afin de trouver les solutions adéquates

À ce titre, l'urgence de créer un environnement favorable aux exportations, nous conduit à formuler ici, quelques propositions que nous estimons essentielles :

- investir dans les ressources humaines, en intégrant des formations de qualités aux seins de nos écoles et nos universités de commerces afin de former des spécialistes à l'exportation car l'exportation est un métier.
- assouplir, simplifier et accélérer les procédures administratives liées à l'exportation ;
- amélioration du management de la qualité dans certaines usines de conditionnement ;
- se débarrasser des spéculateurs, et limiter le nombre d'intervenants dans l'exportation de la datte algérienne;
- mettre en place des plateformes logistiques spécifiques à l'exportation de dattes ;
- améliorer les conditions de stockage et de conditionnement au niveau de port ;
- améliorer le transport a l'international :
 - en mettant à la disposition des exportateurs de dattes des moyens de transport de façon permanente ;

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

- amélioration de la qualité des services offerts en matière de fret par les pavillons nationaux (Air Algérie, CNAN) aux exigences d'une économie moderne ;
- amélioration du réseau routier et ferroviaire, et des dessertes portuaires et aéroportuaires ;
- développer et renforcer nos représentations commerciales dans les pays étrangers ciblés et favoriser la participation dans les foires spécialisées dans les dattes ;
- application effective et efficiente, par l'administration des Douanes, des avantages procurés aux exportateurs par les régimes économiques ;
- assouplissement des dispositions réglementaires en matière d'installation de comptoirs commerciaux à l'étranger ;
- développer des procédures de garantie, contre les risques liés à l'exportation ;
- améliorations des procédures de contrôles aux niveaux des frontières pour lutter contre le banditisme;
- la mise en place d'un réseau qualifié de laboratoires de certification des différentes sortes de dattes ;
- améliorer le packaging qui reste peu satisfaisant et non conforme aux normes internationales.

Chapitre 3 : l'Algérie face au défi de l'exportation des dattes Algériennes

Conclusion

De tous les produits du terroir dont dispose le territoire algérien, la datte est l'un des plus reconnus sur le plan national et international. Les efforts des pouvoirs publics en matière de promotion et de valorisation de ce produit sont cependant très réduits, ce qui constitue une contrainte incontournable au renforcement de sa compétitivité.

Les structures d'appui doivent travailler et réfléchir à des solutions afin de réduire le plus possible les obstacles empêchant les opérateurs à s'engager dans l'activité d'exportation de la datte Algérienne.

Le manque de compétitivités des dattes algériennes sur les marchés extérieurs est due à plusieurs obstacles, la lenteur des procédures administratives, le banditisme, la non-conformité des caractéristiques aux normes internationales, les spéculateurs, la logistique...

Les pouvoirs publics doivent identifier de façon claire les obstacles rencontrés par les entreprises exportatrices et trouver et prendre des mesures correctives afin de les éliminer,

À cet effet nous avons proposé une série de recommandations afin de limiter ses obstacles et de faciliter le travail à ceux qui veulent exporter les dattes algériennes.

Conclusion générale

Conclusion générale

Conclusion générale

Nous avons tout au long de ce travail tenté d'analyser la politique publique de soutien aux exportations hors hydrocarbures établie par le gouvernement algérien qui a pour objectif: réussir à diversifier les secteurs à l'exportation et faire ressortir les principaux contraintes et attentes des entreprises exportatrices.

La situation économique de l'Algérie reste inquiétante, caractérisée par une forte vulnérabilité due principalement à sa concentration sur une seule source de richesse.. En effet, les exportations hors hydrocarbures en Algérie peinent de décoller et elles sont loin d'être un réel potentiel pour le pays, et cela malgré les efforts octroyer par les autorités publics.

Nous avons orienté notre recherche vers l'exportation de la datte Algérienne, afin de comprendre pour quel raison sa présence sur le marché international reste relativement faible malgré le fait qu'elle soit classée parmi les principaux pays producteurs de dattes.

Afin de comprendre le pourquoi d'une telle situation, nous nous sommes rapprochés des différentes structures d'appui à la promotion des exportations hors hydrocarbures.

Les résultats de notre enquête font apparaitre que les services proposés par les organismes d'appui pour la promotion des exportations hors hydrocarbures ne sont pas adaptés aux besoins des explorateurs que se soit à cause de la lenteur des procédures ou encore à cause de leurs coûts jugés excessifs, ce qui confirme notre première hypothèse.

De plus, les résultats des entretiens menés nous expliquent que les contraintes qui freinent l'essor des exportations de dattes Algériennes sont liées avant tout au prix qui semblent excessivement élevés par rapport au concurrents, mais aussi le fait que les caractéristiques du produits en matières de packaging ne soit pas conforme aux normes internationales, ce qui confirme ainsi notre deuxième hypothèse.

Aussi, la bureaucratie, la contrebande, le manque de savoir faire en matière de logistique, la défaillance du circuit de commercialisation et la non exploitations de toutes les sortes de dattes existant en Algérie sont les principales contraintes qui bloquent le

Conclusion générale

développement des exportations de dattes Algériennes. Ainsi, nous confirmons notre troisième hypothèse.

Il existe une batterie de mesures d'encouragement et d'incitation à l'export établies par les pouvoirs publics. Nous avons une législation favorable, des moyens financiers disponibles, nous avons normalement tous les ingrédients pour décoller, cependant nous avons oublié le facteur humain, et de mettre en place une nouvelle stratégie concernant l'exportation des dattes algériennes, et les exportations hors hydrocarbures en général.

Quand vous avez une stratégie bien réfléchie, un plan et des hommes compétents, pour mettre en œuvre le travail de développement, vous ne pouvez que réussir en fin de parcours

Pour conclure, cette étude reste toujours objet de critiques, toute en laissant les portes ouvertes à des nouvelles études plus exhaustives, car vu la sensibilité du sujet beaucoup de questions reste posée.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrage :

1. A.RAYMOND et AL : « *Méthodes de recherche en management* », 4ème édition DUNOD, Paris, 2014.
2. D.NIGET et M.PETITCLERC : « *Pour une histoire du risque* », éd presse de l'université du Québec.
3. E.NYAHOO, P.PROULX : « *COMMERCE INTERNATIONAL : théories, politiques et prospection industrielle* », 4^{ème} édition presse de l'université de Québec, 2000.
4. E.PAULIN : « *Théories de la spécialisation internationale et économies insulaires: Le cas des îles de la Caraïbe* », éd L'Harmattan, 1997.
5. G. De LEENER : « *théories et politiques du commerce international* », Maurice LAMERTIN, 2007.
6. G.LEGRAND, M. Hubert : « *Management des opérations de commerce internationale* », 8^{ème} édition, DUNOS, 2007.
7. JL.MUCCHEILLI : « *principes d'économie internationale* », éd ECONOMICA, Paris, 1989.
8. M.RAINELLI : « *le commerce international* », 11^{ème} édition, la découverte, 2015.
9. M.RAINELLI : « *La Nouvelle Théorie du commerce internationale* », éd La Découverte, 2003.
10. P.KRUGMAN : « *La mondialisation n'est pas coupable: vertus et limites du libre-échange* », Ed. De la Découverte, 2000.

Document officiel :

1. Article 07 du décret exécutif n4-174 du 12 juin 2004 portant création, organisation et fonctionnement de l'agence nationale de promotion du commerce extérieur.

Rapports, communications et revues

1. AXES DE REFLEXION ET PROPOSITIONS DU FORUM DES CHEFS D'ENTREPRISES « *en vue de la définition d'un programme de soutien et de promotion des exportations hors hydrocarbures* », Juillet 2006.
2. Document interne d'ALGEX : « *Recueil des procédures du Commerce Extérieure Algérie* », 31/12 /2011.
3. Ministère du commerce de la République Algérienne Démocratique et populaire : Direction De La Promotion Des Exportations : « *recueil relatif aux avantages et facilitations accordés aux exportations hors hydrocarbures* », AVRIL 2007.

4. N.ARROUCHE : « *Accompagnement des entreprises algériennes à l'export : portés et limites* », in revue Université Mouloud Mammeri, 12/2017.
5. N.BOUAICHI, N.BENNACER : « *Dispositif réglementaire et financier pour la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie* », Journées d'étude organisées par le département des sciences commerciales en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Soummam de Béjaia (CCISB), p14

Mémoire et cours :

1. S.SEKKAL : « *la promotion des exportations hors hydrocarbures* », mémoire de Magistère en sciences commerciales, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2011.
2. I.KENNANI, R.LAHMAR : « *l'analyse des politiques commerciales étudiées en Algérie depuis l'indépendance jusqu'à 2012* », mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de master en science commerciale, université de Bejaia, 2013.
3. F.TOUAT: « *La promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie* », Mémoire de Master en sciences commerciales, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2016.
4. Milan VUJISIC, Professeur agrégé d'Economie et Gestion : « *Les nouvelles théories du commerce international* ».

Sites internet :

1. <http://www.algex.dz>
2. <http://www.aps.dz/economie>
3. <http://www.cacqe.org>
4. <http://www.cagex.dz>
5. <http://www.dcoworan.dz>
6. <http://www.douane.gov.dz>
7. <http://www.radioalgerie.dz>
8. <http://www.safex.dz>
9. <https://www.wto.org>

Annexes

ANNEXE I

TEXTES RELATIFS AUX AVANTAGES FISCAUX

CODE DES IMPOTS DIRECTS

Section 4

Exemption et régimes particuliers (IBS)

ART 138 :

1/-.....

2/-.....

3/-Bénéficient d'une exonération de cinq (05) années a compter de l'exercice 2001, les opérations de vente et les services destinés à l'exportation, à l'exception des transports terrestres, maritimes, aériens, les réassurances et les banques.

Cette exonération n'est accordée qu'aux entreprises qui s'engagent à ré-investir les bénéfices réalisés au titre de ces opérations, dans les mêmes conditions et délais prévus à l'article 142 du présent code.

ART 06 L.F 2006 : Les dispositions de l'article 138 du code des impôts directs et taxes

assimilées sont modifiées, complétées et rédigées comme suit :

« ART 138-1 (Sans changement).....

2- Les coopératives de consommation.....(sans changement jusqu'à) dans le secteur du tourisme.

Bénéficiaire de l'exonération de l'impôt sur les bénéfices des sociétés les opérations de vente et les services destinées à l'exportation, à l'exception des transports terrestres, maritimes et aériens, les réassurances et les banques.

Versement forfaitaire (VF)

ART 209 :

1/-.....

2/

3/- Sont exemptées du versement forfaitaire (VF) pendant une période de cinq (05) années à compter de l'exercice 2001, les entreprises se livrant à des opérations de vente de biens et services réalisées à l'exportation.

Cette exonération s'applique au prorata du chiffre d'affaires réalisées en devises.

ART 13 de L.F 2006 :

Les dispositions des articles 208 à 216 du code des impôts directs et taxes assimilées sont abrogées.

La Taxe sur l'activité professionnelle (TAP)

ART 220 – 3 : N'est pas compris dans le chiffre d'affaires servant de base à la taxe sur l'activité professionnelle

3/- Le montant des opérations de vente, de transport ou de courtage qui portent sur des objets ou marchandises destinés directement à l'exportation, y compris toutes les opérations de processing ainsi que les opérations de traitement pour la fabrication de produits pétroliers destinés directement à l'exportation.

CODE DES TAXES SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES

Section 4

Exonération

C- Affaires faites à l'exportation

Art.13 : sont exemptées de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) :

- 1- les affaires de ventes et de façon qui portent sur les marchandises exportées, cette exemption est accordée à condition que (.... Le reste sans changement)

Chapitre 4

Franchise et restitution

Section 1

Achats en franchises

Art.42 : sous réserve de se conformer aux dispositions des articles 43 à 49 du présent code, peuvent bénéficier, selon le cas, de la franchise de la taxe sur la valeur ajoutée :

- 1)
- 2) les achats ou importations de marchandises, réalisés par un exportateur, destinés soit à l'exportation ou à la réexportation en l'état, soit à être incorporés dans la fabrication, la composition, le conditionnement ou l'emballage des produits destinés à l'exportation, ainsi que les services liés directement à l'opération d'exportation.

Section 2

Restitution de la taxe

Art.50 : Nonobstant les dispositions de l'article 34 du présent code et lorsque la taxe sur la valeur ajoutée déductible, dans les conditions visées à l'article 29 et suivants, ne peut être entièrement imputée sur la taxe sur la valeur ajoutée due, le solde restant peut être remboursé s'il résulte :

- 1) d'une opération 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 présent code.

ANNEXE II

DECISION N° 13 DU 03 FEVRIER 1999

DIRECTION GENERALE DES DOUANES

Décision n° 13 du 17 Chaoual 1419 correspondant au 3 Février 1999 portant application des Articles 193 et 195 du Code des Douanes

Le Directeur Général des Douanes,

- Vu la loi n° 79-07 du 21 Juillet 1979, modifiée et complétée, portant code des douanes, notamment ses articles 193 et 195 :

Article 1 : La présente décision a pour objet de fixer les modalités d'application des articles 193 et 195 du code des Douanes relatifs à l'exportation temporaire de marchandises pour le perfectionnement passif ainsi que les conditions dans lesquelles la plus-value résultant de la réparation, de l'ouvraison, de la transformation ou du complément de main-d'oeuvre est soumise au paiement des droits et taxes exigibles lors de la réimportation.

Article 2 : Au sens de la présente décision on entend par :

- a- Exportations temporaire pour perfectionnement passif : les opérations que subissent les marchandises pour ouvraison, complément de main-d'oeuvre, transformation ou réparation à l'étranger ;
- b- Produits compensateurs : les produits obtenus à l'étranger après ouvraison ou transformation ;
- c- Marchandises en libre circulation : marchandises dont il peut être disposé sans restriction du point de vue de la douane.

Article 3 : Le bénéfice de l'exportation temporaire pour perfectionnement passif est réservé aux personnes physiques ou morales de droit algérien qui y exercent une activité industrielle, commerciale ou artisanale.

Article 4 : l'exportation temporaire pour perfectionnement passif est ouverte aux marchandises de toute espèce sous réserve qu'elles soient :

- En libre circulation dans le territoire douanier,
- Identifiables même dans les produits compensateurs.

Article 5 : L'autorisation de l'exportation temporaire pour perfectionnement passif est accordée par le chef de l'inspection divisionnaire des douanes territorialement compétent, sur demande de la personne devant exporter temporairement les marchandises.

La demande doit être établie en double exemplaire par le requérant, sur un imprimé conforme à l'un des modèles détenus auprès de l'administration des douanes.

La demande doit être accompagnée :

- D'une copie de contrat domicilié auprès d'une banque,
- D'une fiche technique faisant ressortir les taux de rendement, la qualité, la quantité prévisionnelle et la nature des produits à obtenir à l'issue du traitement d'ouvrage, de transformation, le cas échéant, le pourcentage de déchets en précisant si ces derniers ont une valeur commerciale.

Article 6 : L'assignation du régime d'exportation temporaire est subordonné à la souscription d'une déclaration en douane d'exportation temporaire assortie d'un engagement de réimportation.

Article 7 : La durée de l'exportation temporaire est fixée en fonction de la durée estimée par le demandeur selon l'objet de l'exportation.

Toutefois, sur demande du bénéficiaire et pour des raisons estimées valables, ce délai est prorogé par le chef d'inspection divisionnaire territorialement compétent.

Article 8 : À l'expiration du délai visé à l'article 7 ci-dessus, les marchandises exportées temporairement doivent être soit réimportées ou exportées définitivement à partir à l'étranger.

Article 9 : Dans le cas de réimportation, les marchandises sont mises à la consommation aux conditions suivantes :

- a- Marchandises réimportées après réparation.

b- La déclaration de mise à la consommation doit être appuyée :

- d'une copie de la déclaration d'exportation temporaire,
- d'une facture domiciliée de la réparation mentionnant la valeur des pièces de rechanges, le montant de la main-d'œuvre ainsi que les frais d'emballage, de transport et d'assurance.

La déclaration de mise à la consommation est liquidée et les droits et taxes sont perçus, sauf disposition légale contraire :

- Sur la valeur des pièces de rechange, selon leurs espèces tarifaires, majorée du montant de la main-d'œuvre ;
- Si la facture comporte un montant global de la réparation, selon l'espèce des marchandises exportées temporairement et sur la valeur de cette réparation.

b- Produits compensateurs :

Les produits compensateurs doivent faire l'objet d'une déclaration de mise à la consommation.

Les droits et taxes sont calculés sur la plus-value et constituent leur valeur en douane laquelle comprend les éléments suivants :

- La valeur des marchandises incorporées ou celles des matières premières consommées dans la production des produits compensateurs ;
- Les frais d'emballage, de transport et d'assurance ;
- Le montant de la prestation ou de la valeur des marchandises exportées ou des produits compensateurs ayant servi à la consommation de la prestation.

Article 10 : La régularisation de l'exportation temporaire par une exportation définitive à partir de l'étranger est subordonnée à la souscription d'une déclaration en douane d'exportation accompagnée d'une facture domiciliée auprès d'une banque en Algérie et à l'accomplissement des formalités du contrôle du commerce extérieur lorsqu'elles sont prévues par la législation en vigueur.

Article 11 : Après apurement du régime de l'exportation temporaire par une déclaration de mise à la consommation ou par une déclaration d'exportation définitive, le service ayant constaté l'apurement du régime, établit sur le champ un certificat de décharge des engagements souscrits est donné mainlevée de la garantie.

Article 12 : L'exportation temporaire pour perfectionnement passif portant sur produits pétroliers n'est pas régie par la présente décision.

Article 13 : La présente décision sera publiée au Journal Officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire.

Fait à Alger, le 17 Chaoual 1419

Correspondant au 03 Février 1999

ANNEXE III

TEXTES RELATIFS AU CONTROLE DES CHANGES

REGLEMENT N° 91-13 du 14 AOÛT 1991 RELATIF À LA DOMICILIATION ET AU REGLEMENT FINANCIER DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES

Article 11 : Les exportateurs sont tenus au rapatriement du produit de leurs exportations à la date d'exigibilité du paiement.

Sauf autorisation de la Banque d'Algérie, le paiement des exportations ne doit pas se situer au-delà de 120 jours après la date d'expédition des marchandises.

Article 12 : Dans le cas particulier des exportations en consignation, le paiement est exigible au fur et à mesure des ventes réalisées par le dépositaire ou le commissionnaire.

L'exportateur est tenu de fournir à la banque domiciliataire de l'opération un relevé des comptes de ventes accompagné des duplicata des factures tirées sur les acheteurs étrangers.

La vente du produit ou sa réimportation doit intervenir dans un délai maximum d'un an à compter de la date de son expédition.

Article 19 : Après rapatriement du produit de leur exportation, les exportateurs, bénéficient, conformément à la réglementation en vigueur, de tout ou partie de ce produit en devises.

Les exportations non soumises à la domiciliation préalable n'ouvrent pas droit à ce bénéfice.

INSTRUCTION N° 03-98 DU 21 MAI 1998 COMPLETANT L'INSTRUCTION N° 22-94 FIXANT LE POURCENTAGE DES RECETTES D'EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES ET PRODUITS MINIERES OUVRANT DROIT A L'INSCRIPTION AU (X) COMPTE (S) DEVICES DES PERSONNES MORALES

Article 1 : La présente Instruction a pour objet, de compléter l'Instruction n°22-94 du 12 Avril 1994 fixant le pourcentage des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droits à l'inscription au (x) compte (s) devises des personnes morales.

Article2 : L'Instruction n°22-94 du 12 Avril 1994 fixant le pourcentage des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droit à l'inscription au (x) compte(s) devises des personnes morales, est complétée par un article bis ainsi rédigé :

Article.2 bis : Un montant en devises limité à 10 % d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers rapatriées prélevé sur le pourcentage visé à l'article 2 ci-dessus, peut être utilisé à la discrétion de l'exportateur et sous sa responsabilité dans le cadre de la promotion des ses exportations.

Article 3 : La présente Instruction entre en vigueur à compter de la date de sa signature et s'applique exclusivement aux recettes d'exportations hors hydrocarbures et produits miniers ayant donné lieu à rapatriement effectif à ladite date.

INSTRUCTION N°07-2002 DU 26 DECEMBRE 2002 MODIFIANT LES DISPOSITIONS DE L'INSTRUCTION N°22-94 DU 12 AVRIL 1994 MODIFIEE FIXANT LE POURCENTAGE DES RECETTES D'EXPORTATION HORS HYDROCARBURES ET PRODUITS MINIERES OUVRANT DROIT A L'INSCRIPTION AU(X) COMPTE(S) DEVICES DES PERSONNES MORALES.

Article 1er : L'article 2 bis de l'Instruction n°22-94 du 12 Avril 1994 modifiée et complétée par l'instruction n°03-98 du 21 Mai 1998, fixant le pourcentage des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droit à l'inscription au(x) compte(s) devises des personnes morales, est modifié comme suit : "Article 2 bis : Un montant en devises limité à 20 %, prélevé sur la part rétrocédée des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers effectivement rapatriées visée à l'article 2 ci-dessus, peut être utilisée à la discrétion de l'exportateur et sous sa responsabilité dans le cadre de la promotion des ses exportations ." Article 2 : La présente instruction entre en vigueur à compter de la date de sa publication

Le Gouverneur Mohammed LAKSACI

ANNEXE IV

Programme Officiel de Participation de l'Algérie aux Foires et Manifestations économiques à l'étranger au titre de l'année 2018

Foires Internationales :

	Intitulé de la manifestation	Période de déroulement
01	Foire Internationale de Bamako _ Mali	13 - 29 Janvier 2018
02	Foire Internationale de Khartoum _ Soudan	22 - 29 Janvier 2018
03	Foire Internationale de Paris _ France	27 Avril - 08 Mai 2018
04	Foire Internationale de Flandre à Gand _ Belgique	15 - 23 Septembre 2018
05	Foire Internationale de Marseille _ France	21 septembre- 01 Octobre 2018
06	Foire Internationale de la Havane _ Cub	29 Octobre - 02 Novembre 2018
07	Foire Internationale de Dakar _ Sénégal	29 Novembre - 16 Décembre 2018

Expositions Spécifiques :

N°	Intitulé de la manifestation	Période de déroulement
08	Exposition Spécifique à Niamey _ Niger	26 Avril - 02 Mai 2018
09	Exposition Spécifique à Amman _ Jordanie	
10	Exposition Spécifique à Nouakchott _ Mauritanie	1ère semaine du mois d'Octobre 2018
11	Exposition Spécifique à Libreville _ Gabon	1ère se maine du mois de Novembre 2018
12	Exposition Spécifique à Ouagadougou _ Burkina Fas	03 au 09 Décembre 2018

Salons

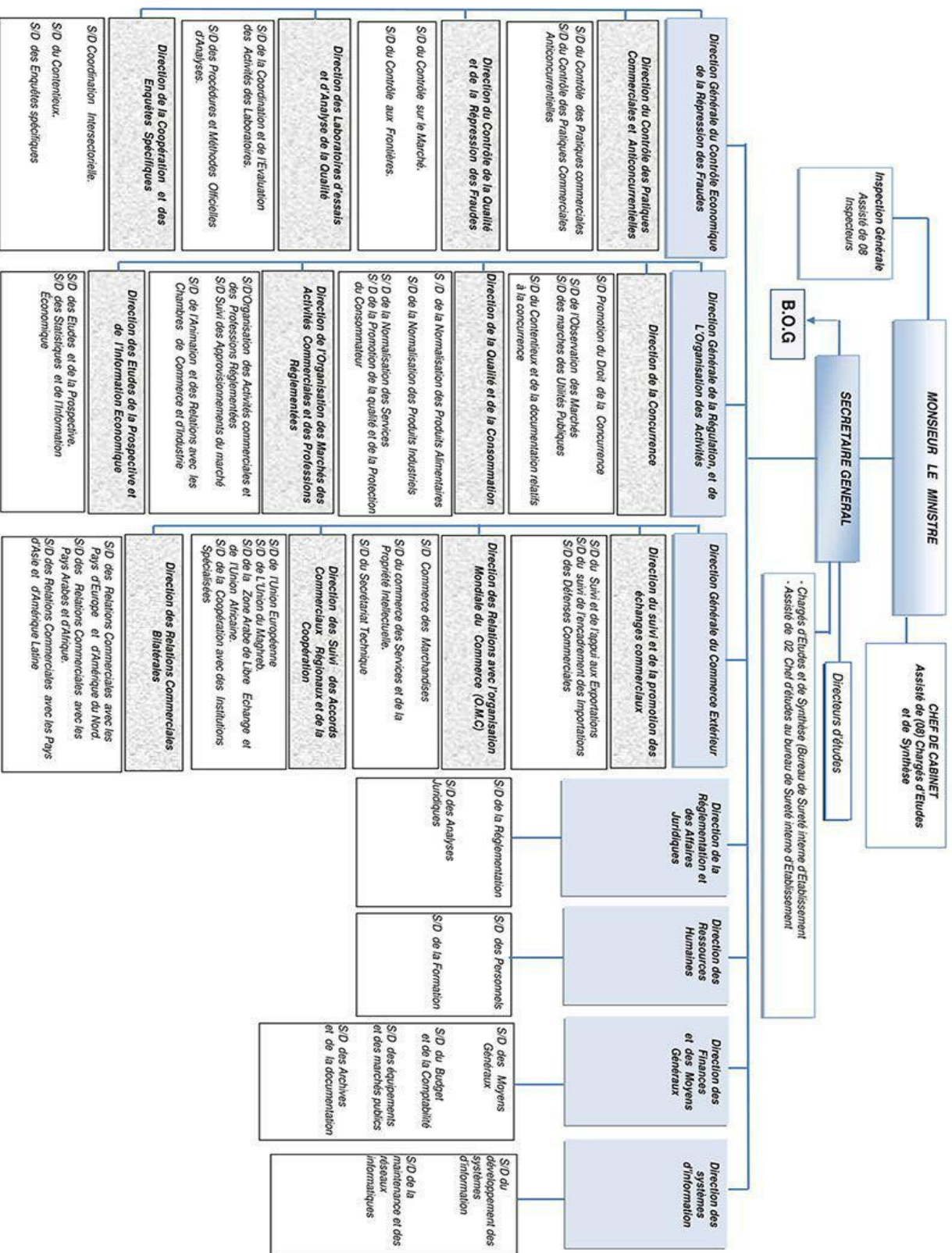
Spécialisés:

N°	Intitulé de la manifestation	Période de déroulement
13	Salon International de l'Agroalimentaire « GULFOOD » à Dubaï _ EAU	18 - 22 Février 2018
14	Salon International de l'Agroalimentaire et des Industries Alimentaires « FOODEX	16 - 18 Avril 2018

	BIRMINGHAM » _ Royaume Unis	
15	Salon International de l'Agroalimentaire «ALIMENTARIA» de Barcelone _ Espagne	16 - 19 Avril 2018
16	Salon International de l'Agroalimentaire « SIAL de Montréal » _ Canada	02 - 04 Mai 2018
17	Salon Algérie à Marseille _ France	04 - 06 Mai 2018
18	Salon International de l'Agroalimentaire « WORLD FOOD MOSCOW» _ Russie	17 - 20 Septembre 2018
19	Salon International Industriel de Téhéran _ Iran	14 - 17 Octobre 2018 (Guichet d'information)
20	Salon International de l'Agroalimentaire « SIAL de Paris » _ France	21 - 25 Octobre 2018
21	Salon International des Importations de Shanghai _ Chine	05 au 10 Novembre 2018
22	Salon International de l'Agroalimentaire « FOOD & HOSPITALITY SHOW » à Doha _ Qatar	06 - 08 Novembre 2018

Actualisé au 08 Mai 2011

ANNEXE V



ANNEXE VI

Le guide d'entretien

En vue d'obtention d'un diplôme de Master en Sciences Commerciales, option Affaires internationales. Le sujet de l'entretien porte sur la promotion des exportations de la datte Algérienne, l'objectif ultime de cette interview est de dégager les raisons de la stagnation des exportations de dattes en Algérie, ainsi que les efforts et solutions menés pour encourager les entreprises algériennes à exporter.

A. Axe1 : Présentation générale des différents organismes d'appui

1. Pouvez-vous présenter l'organisme d'appui que vous représentez en quelques mots ?

B. Axe 2 : les dispositifs pour booster exportations hors hydrocarbures

1. Dans le cadre de la promotion des exportations hors hydrocarbure, quelles sont les différentes facilitations proposées par (l'organisme d'appui) afin de booster les exportations des dattes algériennes ?
2. Quelles sont les requêtes et revendications récurrentes réclamées par les exportateurs de dattes algériennes ?
3. Que fais l'organisme pour remédier à ces différentes requêtes ?
4. Quelle est votre politique de sensibilisation pour initier les producteurs de dattes à l'exportation ?

C. Axe 03 : Les contraintes rencontrées par les exportateurs algériens de dattes

1. Selon les dernières données statistiques, l'Algérie est classée parmi les principaux pays producteurs de dattes, elle se distingue par contre par sa faible présence sur le marché international, comment expliquez-vous cela ?
2. Pensez-vous qu'un jour la datte Algérienne sera reconnu mondialement ?

Table des matières

Table des matières

Résumé

Dédicaces

Remerciements

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des abréviations

Sommaire

Introduction générale.....1

Chapitre 01 : le commerce international.....4

Introduction.....4

Section1 : les théories traditionnelles du commerce international.....5

1.1 La théorie de l'avantage absolu d'Adam Smith (1776).....5

1.2 La théorie de l'avantage comparatif (1817)6

1.3 Le modèle de dotation factorielle ou la théorie de HOS8

Section 2 : Les nouvelles théories du commerce internationale.....10

2.1 Les fondements de la nouvelle théorie10

2.1.1 Les rendements d'échelle croissants.....10

2.1.2 La différenciation du produit12

2.2 La théorie de cycle de vie du produit de Vernon13

2.3 La théorie du commerce international de Paul KRUGMAN15

2.4 La théorie de l'écart technologique16

Section3 : les risques dans le commerce international.....17

3.1	Définition du risque	17
3.2	Types de risque	17
	A. <i>Risque politique</i>	18
	B. <i>Risque de non-paiement</i>	19
	C. <i>Risque économique</i>	19
	D. <i>Risque de change</i>	19
	E. <i>Risque juridique</i>	19
	F. <i>Risque technologique</i>	19
	Conclusion.....	21

Chapitre 02 : les politiques de la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Introduction.....	22
-------------------	----

Section 01 : les organismes d'appui aux exportations hors hydrocarbures.....

1.1.	L 'Agence Nationale De Promotion Du Commerce Extérieure (ALGEX)	23
1.2.	La société Algérienne des foires et exportations (SAFEX)	25
1.3.	La Compagnie Algérienne D'assurance Et De Garantie Des Exportations (CAGEX).....	26
1.4.	La Chambre Algérienne Du Commerce Et De L'industrie (CACI).....	27
1.5.	L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL)	28
1.6.	Le Centre Algérien du Contrôle de la Qualité et de l'Emballage La (CACQE) ...	29
1.7.	Le Couloir Vert	30

Section 02 : Les mesures initiatives et facilitations pour la promotion des exportations hors hydrocarbures

2.1	Les principaux avantages fiscaux	31
2.1.1	Exonération en matière d'impôt direct	31
2.1.2	Exonération en matière de taxe sur le chiffre d'affaire	31

2.2	Les avantages douaniers suspensifs à l'exportation	32
2.2.1	L'entrepôt des douanes	32
2.2.2	Admission temporaire	32
2.2.3	Réapprovisionnement en franchise	32
2.2.4	Exportations temporaire	32
2.3	le control des changes	33
2.3.1	Le délai de rapatriement des recettes d'exportation	33
2.3.2	La rétrocession des recettes d'exportation	33
2.3.3	La domiciliation des exportations des produits frais, périssables et/ou dangereux	34
2.3.4	La vente en consignation	34
2.4	Facilitations financières	34
2.4.1	Le Fond Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE)	34
2.4.2	Le Fond National de Régulation et Développement Agricole (FNRDA)	37
2.5	Les accords conclus par l'Algérie dans le cadre de sa politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures	38
2.5.1	L'accord d'association entre l'Algérie et l'Union Européenne	38
2.5.2	L'adhésion à la Grande Zone Arabe de Libre-échange (GZALE)	39
2.5.3	L'accord de libre-échange avec la Jordanie	40
2.5.4	Système généralisé de préférences commerciales (SGP) avec les USA.....	40
2.5.5	Les autres accords commerciaux	41
2.5.5.1	Accords bilatéraux avec les pays arabes	42
	<i>A La Tunisie</i>	42

<i>B La Lybie</i>	42
<i>C La Mauritanie</i>	42
<i>D Le Maroc</i>	42
2.5.5.2 Convention dans le cadre de l'UMA.....	43
2.5.5.3 L'accord d'accession de l'Algérie à l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC).....	43
<u>Section 03 : Les principaux obstacles des entreprises algériennes à l'exportation</u>	45
3.1 Les obstacles rencontrés en amont du processus d'exportation	45
3.2 Les obstacles rencontrés en aval du processus d'exportation.....	45
Conclusion.....	48
<u>Chapitre 03 : l'Algérie face au défi de la promotion de l'exportation des dattes algériennes</u>	
Introduction.....	49
<u>Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil et de la méthodologie de recherche</u>	50
1.1 Présentation de l'organisme d'accueil	50
1.2 Méthodologie de l'étude	52
1.2.1 Une recherche quantitative	53
1.2.2 Une recherche qualitative	53
<i>A. L'entretien</i>	54
<i>B. Personnes interrogées</i>	55
<i>C. Le déroulement de l'étude</i>	55
<i>a. Elaboration du guide d'entretien</i>	55

<i>b. Prise de contact et entrevue</i>	56
<u>Section 02 : Présentation des résultats des études</u>	55
2.1 Résultat de l'étude Quantitative	57
2.2 Résultat de l'étude Qualitative	71
<i>A. Axe1 : Présentation générale des différents organismes d'appui</i>	71
<i>B. Axe 2 : les dispositifs pour booster exportations hors hydrocarbures</i>	72
<i>C. Axe 03 : Les contraintes rencontrées par les exportateurs algériens de dattes</i>	74
<u>Section 03 : synthèse de résultats, recommandations et suggestions</u>	77
3.1 Synthèse des résultats	77
3.2 Recommandations et suggestions	79
Conclusion.....	81
Conclusion générale.....	82
Bibliographie	
Annexes	
Table des matières	