

ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES

EHEC

**Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de
Master en sciences commerciales et économiques**

Option : Affaires Internationales

Thème :

**LA PRODUCTION LOCALE COMME LEVIER
DE SUBSTITUTION AUX IMPORTATIONS
ETUDE DE CAS : JAWDA PLUS COSMETICS**

Elaboré par :

Mlle Khaoula LOUNIS

Encadré par :

Mme Ibtissem BRAHITI

Maitre de conférence –B–

Huitième promotion

Juin 2021

ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES

EHEC

**Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de
Master en sciences commerciales et économiques**

Option : Affaires Internationales

Thème :

**LA PRODUCTION LOCALE COMME LEVIER
DE SUBSTITUTION AUX IMPORTATIONS
ETUDE DE CAS : JAWDA PLUS COSMETICS**

Elaboré par :

Mlle Khaoula LOUNIS

Encadré par :

Mme Ibtissem BRAHITI
Maitre de conférence –B–

Huitième promotion

Juin 2021

Remerciements

Tout d'abord nous remercions dieu de nous avoir aidés à élaborer ce travail

On tient à remercier tout particulièrement ma directrice de mémoire Mme Ibtissem BRAHITI pour ses précieux et judicieux conseils, encadrement et suivi durant toute la période de réalisation

Nous tenons aussi à remercier monsieur Abdelmalek BENABID de nous avoir ouvert les portes de son entreprise et de nous avoir consacré son temps et pour la fourniture des informations

Je voudrais exprimer ma reconnaissance envers les amis et collègues qui m'ont apporté leur soutien moral et intellectuel tout au long de ma démarche.

J'adresse mes sincères remerciements à tous les professeurs, intervenants et toutes les personnes qui par leurs paroles, leurs écrits, leurs conseils et leurs critiques ont guidé mes réflexions et ont accepté de me rencontrer et de répondre à mes questions durant mes recherches.

Dédicaces

Je dédie ce travail à :

Mes chers parents, aucun hommage ne pourrait être à la hauteur de l'amour dont ils ne cessent de me combler, que dieu leur procure la bonne santé et une longue vie

A mon cher MURATIM qui je ne remercierai jamais assez pour son soutien, ses encouragements et toute l'aide qu'il m'a apportée durant mes études

A mes chères sœurs pour leurs encouragements permanents, et leur soutien moral,

A mes chers frères, pour leur appui et leur encouragement,

A toute ma famille pour leur soutien tout au long de mon parcours universitaire,

A mes chères Meriem et Kahina, Nulle dédicace ne pourrait exprimer ma profonde affection et mon immense gratitude pour tous les encouragements et les soutiens qu'elles ont consenties à mon égard.

Merci d'être toujours là pour moi.

Résumé

Le commerce international à plusieurs effets positifs sur les pays, que ça soit sur le plan économique ou social, tout ceci explique l'accélération des mouvements des échanges commerciaux au niveau mondial et la disparition progressive des différentes mesures protectionnistes. Cependant la pratique du commerce international n'engendre pas les mêmes effets pour toutes les nations, car certains théoriciens avancent l'existence d'un échange inégal et d'une certaine forme de dépendance aux échanges extérieurs qui font leur apparition au sein des pays en développement.

Étant dans la même situation que ses pays, l'Algérie essaye de sortir de sa dépendance au marché des hydrocarbures, en lançant différents plans visant à diversifier son économie locale et à promouvoir sa production nationale dans le but de substituer les importations.

L'objectif de ce travail est d'évaluer la possibilité de substitution des importations par le produit local. Nous avons ainsi réalisé une étude descriptive et analytique auprès d'une entreprise privée œuvrant dans le secteur cosmétique, notre démarche était basée sur l'environnement des affaires dans lequel évolue la PME, nous nous sommes aussi intéressés de près au consommateur des produits cosmétiques pour voir à quel point le produit local peut être une alternative aux importations.

Mots clés : commerce international, exportation, importation, produit local, produit de substitution

Abstract

International trade has several positive effects on countries, whether on the economic or social level, all this explains the acceleration of world trade movements and the gradual disappearance of various protectionist measures. However, the practice of international trade does not produce the same effects for all nations, for some theorists argue that there is an unequal exchange and a certain form of dependence on the external exchanges which are emerging in developing countries.

Being in the same situation as its countries Algeria has tried to get out of its dependence on the hydrocarbon market, launching various plans to diversify its local economy and promote its national production with the aim of substituting imports.

The objective of this work is to assess the possibility of substitution of imports by the local product. We carried out a descriptive and analytical study with a private company working in the cosmetics sector, our approach was based on the business environment in which the SME operates, we also took a close look at the cosmetic consumer to see how the local product can be an alternative to imports.

ملخص

إن التجارة الدولية لديها العديد من الآثار الإيجابية على البلدان سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية، كل هذا ما يفسر تسارع حركة التجارة في جميع أنحاء العالم والاختفاء التدريجي لتدابير الحماية المختلفة ومع ذلك، فإن ممارسة التجارة الدولية لا يخلق نفس الآثار في جميع أنحاء العالم، حيث أن بعض الباحثين أقر وجود التبادل غير المتكافئ، ونوعاً من الإدمان على التجارة الخارجية التي تظهر على البلدان في طريق النمو.

ونجد في نفس الموقف الجزائر التي تحاول الخروج من اعتمادها على سوق النفط، وإطلاق خطة مختلفة لتنويع الاقتصاد المحلي وتشجيع الإنتاج الوطني من أجل استبدال الواردات.

الهدف من هذا العمل هو تقييم إمكانية استبدال الواردات بالمنتج المحلي. لذلك قمنا بإجراء دراسة وصفية وتحليلية مع شركة خاصة تعمل في قطاع مستحضرات التجميل، وكان نهجنا قائماً على بيئة الأعمال التي تعمل فيها الشركات الصغيرة والمتوسطة، كما أننا أولينا اهتماماً وثيقاً بمستهلك مستحضرات التجميل لمعرفة الى أي مدى يمكن ان يكون المنتج المحلي. بديلاً للواردات.

Liste des tableaux et figures

Liste des tableaux

Tableau	Intitule	Page
Tableau N° 01-01	Exportations mondiales de marchandises et services	12
Tableau N° 02-01	Évolution de la mondialisation des échanges	12
Tableau N° 03-01	Part des principaux groupes de pays dans les exportations mondiales des marchandises (1950-2003)	13
Tableau N° 04-01	Principaux exportateurs et importateurs participant au commerce mondial des marchandises en 2004	15
Tableau N° 05-01	Structure régionale des exportations mondiales de marchandises, 1997 (en milliards de dollars et en pourcentage)	16
Tableau N° 06-01	Les quinze premiers produits les plus exportés (en pourcentage de la valeur mondiale des exportations)	17
Tableau N° 01-02	Evolution de la balance commerciale	35
Tableau N° 02-02	Soldes commerciaux par Groupes d'Utilisation (Période : Premier trimestre 2019-2020)	36
Tableau N° 03-02	Echanges extérieurs de l'Algérie par Groupes d'Utilisation Premier trimestre de l'année 2020	37
Tableau N° 04-02	Croissance de la demande et de la consommation en 2020	41
Tableau N° 05-02	Taux de croissance du PIB en 2020	41
Tableau N° 06-02	Prévision de l'emploi	42
Tableau N° 07-02	Prévision de taux de chômage	43
Tableau N° 08-02	Impact du COVID 19 sur l'emploi mondial par secteur	44
Tableau N° 01-03	La production au sein de l'entreprise	61
Tableau N° 02-03	L'importation des matières premières	62
Tableau N° 03-03	Les fournisseurs étrangers de l'entreprise	62
Tableau N° 04-03	Les fournisseurs locaux de l'entreprise	62
Tableau N° 05-03	Répartition des revenus	67
Tableau N° 06-03	Fréquence d'utilisation des produits cosmétiques	68
Tableau N° 07-03	La relation entre le revenu et le budget consacre des enquêtées	68
Tableau N° 08-03	Critère d'achat	71
Tableau N° 09-03	Moyens de connaissance du produit local	72
Tableau N° 10-03	Critère de choix entre importation et produit local	74
Tableau N° 11-03	les raisons du choix entre le produit local et le produit importé	75

Liste des figures

Figure	Intitule	Page
Figure N° 01-01	Volume du commerce mondial des marchandises, 2000-2022	21
Figure N° 02-01	Ratio de la croissance du commerce mondial des marchandises à la croissance du PIB mondial, 1990-2020	23
Figure N° 03-01	Nouvelles commandes à l'exportation d'après les indices des directeurs d'achat, janvier 2008-mars 2020	24
Figure N° 04-01	Exportations et importations mondiales de marchandises, 2015T1-2019T4	25
Figure N° 05-01	Exportations et importations de marchandises par région, 2015T1-2019T4	26
Figure N° 06-01	Croissance des exportations de services commerciaux en valeur par catégorie, 2015-2019	27
Figure N° 01-02	Evolution de la balance commerciale – Premier trimestre 2019-2020-	35
Figure N° 02-02	Taux de change moyen appliqué pour les statistiques du commerce extérieur pour la cotation USD/DZD au cours du premier trimestre des années 2019-2020	36
Figure N° 03-02	Evolution du taux de croissance(%) de la Formation Brute de Capital Fixe	38
Figure N° 04-02	Evolution du taux de croissance (%) de la Consommation Finale des Ménages	39
Figure N° 05-02	Répartition Sectorielle du PIB 2019	40
Figure N° 01-03	Sexe et âge des enquêtées	67
Figure N° 02-03	La relation entre le revenu et le budget consacré	69
Figure N° 03-03	Répartition du revenu selon l'Âge	69
Figure N° 04-03	Fréquence d'utilisation par rapport au revenu	70
Figure N° 05-03	Budget consacré par rapport à la fréquence d'utilisation	71
Figure N° 06-03	Critère d'achat	72
Figure N° 07-03	Connaissance du produit local	73
Figure N° 08-03	Qualité du produit local	74
Figure N° 09-03	Choix entre le produit local et importé	74

Liste des abréviations

CAF : Cout, Assurance, Fret

UE : union européenne

AELE : Association européenne de libre-échange

ALENA : Accord de libre-échange nord-américain

ANASE : Association des nations de l'Asie du Sud-Est

PED : Pays en développement

PMA : Procréation médicalement assistée

SPG : Systèmes participatifs de garantie

OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques

OMC : Organisation mondiale du commerce

GATT : Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce

PVD : Dépôt physique par phase vapeur

CNUCED :Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement

CEI : Commission électrotechnique internationale

NPI :Nouveaux pays industrialisés

IDE : Investissement direct à l'étranger

FMN : Firme Transnationale

USD : Dollar des États-Unis

CEI : Commission électrotechnique internationale

PIB : Produit intérieur brut

ITC : Centre du commerce international

FMI : Fonds Monétaire International

PME : Petite ou moyenne entreprise

PSRE : Promotion et suivi de la sécurité routière en entreprise

PCSC : Personal computer/Smart Card

AADL : Agence d'amélioration et développement des logements

CCI : Chambre du commerce international

FOB :Free On Board (sans frais à bord)

CFR: Cost and Freight (Coût et fret)

EXW : Ex Works (à la sortie d'usine)

FCA :Free Carrier (flexibilité dans l'adresse de livraison)

CPT : Carriage Paid To (Port payé jusqu'à)

CIP: Carriage and Insurance Paid to (assurance tous risques)

DAT : Delivery At Terminal (livrer la marchandise jusqu'au terminal)

DDP : Delivered DutyPaid (frais à la charge du vendeur)

DAP : Delivered at Place (**DDP** + les droits de douane et autres taxes)

BTPH : Société de bâtiments, travaux public et hydraulique

ONS : Office National des Statistiques

PNUD : Programme des Nations unies pour le développement

ANDPME : l'Agence nationale de développement et de modernisation des PME

CREM : Centrale des Risques des Entreprises et Ménages

PNB : Produit national brut

CREAD :Centre de recherche en économie appliquée pour le développement

ANDI :Agence nationale de développement de l'investissement

TVA : Taxe sur la valeur ajoutée

FCE : Forum des chefs d'entreprise

CACI : Chambre algérienne de commerce et de l'industrie

ALGEX :Agence nationale de promotion du commerce extérieur

CACQE :Centre algérien du contrôle de la qualité et de L'emballage

CNAS : Caisse nationale des assurances sociales

CASNOS :Caisse Nationale de Sécurité Sociale des Non-Salariés

DCI : Dénomination commune internationale

INAPI :Institut national algérien de propriété industrielle

SARL :Société à responsabilité limitée

DCP :direction contrôle produits

INSEE :Institut national de la statistique et des études économiques

Sommaire

Introduction Générale	2
CHAPITRE I : ASPECT THÉORIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL	6
SECTION 01 : Les échanges extérieurs à l'échelle internationale.....	6
SECTION 02 : L'importance et la structure des échanges	11
SECTION 03 : Les tendances récentes du commerce international	19
CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION	29
SECTION 01 : Historique sur l'économie Algérienne	29
SECTION 02 : Mesure de diversification de l'économie Algérienne	45
SECTION 03 : Organismes et Label	51
CHAPITRE III : CAS PRATIQUE SECTEUR COSMETIQUE	57
SECTION 01 : Le secteur cosmétique en Algérie	57
SECTION 02 : JAWDA PLUS COSMETICS entre obstacle et opportunité.....	62
SECTION 03 : Enquête sur le terrain	65
Conclusion de l'analyse :	75
Recommandations	77
Conclusion Générale.....	79

INTRODUCTION GENERALE

INTRODUCTION GENERALE

Introduction Générale

Le commerce international est né pour répondre aux besoins des pays ayant des échanges économiques et commerciaux au-delà des frontières géographiques et aussi en raison de la différence des richesses des pays et leurs développements dans les différents secteurs et domaines.

L'ensemble des échanges internationaux peut être décomposé en deux grandes catégories de flux, les marchandises et les services d'une part les facteurs de production d'autre part. Le commerce international représente la partie externe d'un pays qui se rapporte aux marchandises et aux services, et les mouvements de capitaux¹.

Les échanges internationaux évoluent d'une manière plus remarquable pendant un demi-siècle et à un rythme deux fois plus supérieur à celui du développement économique. Pour cela, le commerce mondial est quatorze fois (14 fois) plus important qu'il ne le fut à la fin de la Seconde Guerre mondiale et cela à une vitesse qui commence même à inquiéter les acteurs du commerce international à ces jours².

L'importance du commerce international dans l'activité économique mondiale est un fait acquis. Non seulement l'histoire des faits économiques indique à quel point le développement a été fondé sur le commerce international, mais tout au long de l'histoire, les relations internationales ont pu être déterminantes dans les rapports économiques, sociaux et humains des états.

La pandémie de la Covid-19 et les mesures prises pour limiter sa propagation provoquent un choc récessif de grande ampleur et sans équivalent dans l'histoire récente. La réponse à la crise sanitaire par le confinement de la population dans de nombreux pays réduit fortement l'activité économique, ce qui pèse sur l'emploi, les revenus et la situation financière des entreprises, certains secteurs étant particulièrement touchés (commerce, restauration, tourisme, construction, etc.). Apparue d'abord en Chine, le choc se diffuse aussi à l'économie mondiale par l'intermédiaire du commerce international et des chaînes de valeurs mondiales. Les difficultés d'approvisionnement apparues avec la crise sanitaire ont révélé la fragilité de ces chaînes de valeur et la dépendance de nombreux secteurs de notre économie à l'égard des intrants chinois.

¹ Bernard Frederick, Dictionnaire des questions internationales, Éditions de l'Atelier, 1995, page 70

²<http://www.ummt0.DZ/IMG/PDF/> Consulter le 13/06/2021 à 18h07

INTRODUCTION GENERALE

Les impacts de la crise pandémique du coronavirus sur les différents secteurs d'activités économiques et sur les territoires seront très différents des crises antérieures. Marquée à la fois par un choc d'offre et un choc de demande, la crise affecte aussi bien l'économie résidentielle que l'économie productive, avec un surcoût pour les activités interconnectées à l'activité mondiale par des flux de personnes.¹

Les économies fortement dépendantes des hydrocarbures, comme l'Algérie, présentent souvent la diversification économique comme une dimension essentielle de leurs politiques de développement car la dépendance des hydrocarbures est perçue comme porteuse de risque. Cependant, l'objectif de diversification hors des ressources naturelles, bien que réaffirmé unanimement depuis des décennies, est loin de se réaliser. En se référant à l'Algérie, on peut observer que des pays de la région, moins bien dotés en ressources naturelles, et donc en possibilité d'investissement dans la croissance et en capacités d'importation des performances plus élevées en termes de diversification. L'industrie manufacturière algérienne est comparativement parmi les plus faibles, sa part dans le PIB est trois fois inférieure à la moyenne des pays non pétroliers de la région².

L'État algérien a adopté différentes mesures et plan afin de diminuer les effets néfastes de sa dépendance aux importations ces dernières qui constitue un frein pour l'industrie productive nationale, car ce retrouve en concurrence avec des producteurs étrangers dont le savoir-faire et la technologie les dépassent largement.

Pour cela le gouvernement algérien se lance dans un processus de diversification. Ce dernier qui exige des mesures en faveur des PME, ainsi que d'autre visant aux développements des infrastructures, afin de promouvoir la production nationale et réduire par cette dernière la facture des importations. Tout cela nous amène à nous poser la problématique centrale suivante:

Dans quelles mesures peut-on considérer que les produits locaux sont une alternative aux produits importés ?

Pour mieux cerner la problématique, nous tenterons d'apporter des éclairages à certaines questions :

- Les produits locaux sont-ils une substitution aux produits importés ?
- A quelle fréquence le consommateur algérien consomme-t-il les produits locaux ?

¹ IMPACT DE LA CRISE DE LA COVID-19 SUR L'ÉCONOMIE FRANCILIENNE MARS À OCTOBRE 2020 - DOSSIER TECHNIQUE Page 9.

² Djadid El-iktissad Review. Vol 11 Décembre 7102 « LA DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE : UN CHEMIN D'AVENIR POUR L'ALGERIE »

INTRODUCTION GENERALE

- Quel est l'impact de la pandémie sur la production locale ?

Pour répondre à ces questionnements, nous avons émis les hypothèses suivantes

Hypothèse 01 :Le consommateur Algérien demande de plus en plus les produits locaux.

Hypothèse 02 :La qualité du produit local lui permet d'être une véritable alternative aux importations.

Hypothèse 03 :L'arrivée de la pandémie nous permet d'absorber la production locale.

Méthodologie de recherche

Afin de bien mener notre travail, soit de répondre à la problématique de départ et de vérifier les hypothèses, nous nous sommes basées dans notre recherche sur une méthodologie descriptive analytique en utilisant l'outil de recherche quantitative. Les techniques et méthodes sont les suivantes :

- Une recherche documentaire à travers des ouvrages, articles, revues, thèses et mémoires, les textes réglementaires... etc.

- Des rapports émanant des organismes internationaux et nationaux, et des sites internet, afin de recueillir des données chiffrées.

- Méthode de recherche quantitative analysée à l'aide de logiciel informatique EXCEL.

Nous avons structuré notre travail en trois chapitres, le premier sera consacré aux aspects théoriques du commerce international. Le deuxième sera dédié à l'économie algérienne relative à sa dépendance aux hydrocarbures et ses tentatives de diversification. Enfin le dernier chapitre sera question de présente le secteur cosmétique algérien et en terminera avec deux études qualitative et quantitative.

CHAPITRE I :
ASPECT THÉORIQUE DU
COMMERCE INTERNATIONAL

CHAPITRE I : ASPECT THÉORIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL

Le commerce international désigne l'ensemble des échanges de biens et services pratiqués entre les nations. Il pourrait avoir des effets positifs en développant ou en encourageant la croissance d'un pays. Comme il peut avoir des effets négatifs lorsqu'une nation devient dépendante ou lorsque les échanges sont inégaux, ce qui pousse certains pays à adopter différentes stratégies afin de protéger leur production locale et ainsi réduire ou limiter les importations.

Ce présent chapitre se compose de trois sections. La première consiste à donner un aperçu sur les échanges extérieurs à l'échelle internationale. La seconde section abordera l'importance et la structure des échanges. Et enfin la troisième section abordera les tendances récentes du commerce international.

SECTION 01 : Les échanges extérieurs à l'échelle internationale

Le commerce extérieur est un moteur de la croissance : il crée des emplois, réduit la pauvreté et ouvre des perspectives économiques. Le Groupe de la Banque mondiale aide ses pays clients à améliorer leur accès aux marchés des pays développés et à accroître leur participation à l'économie mondiale¹.

Cependant tous les pays auront l'opportunité pour développer leurs économies à travers l'exploitation de ses ressources par ces échanges.

1.1 L'importation :

1.1.1 Généralités sur les importations :

Le contexte « d'importation » se rapporte à l'action d'acheter hors du pays des biens et/ou des services moyennant un paiement en devise par le transport du canal bancaire.

L'importance de ces biens ou services s'avère nécessaire par ce qu'ils ne sont pas produits localement, qu'ils révèlent d'un fabricant spécialisé bien déterminé, soit dans le cadre d'un échange commercial international² ;

Leur valeur est fixée en prix CAF (Coût, Assurance, Fret) qui comprend la fois, le prix du produit, plus les frais de transport et d'assurance, du lieu d'expédition jusqu'au port ou lieu de destination les importations sont un complément de ressources pour la production intérieure.

1.1.2 Définition des procédures d'importation :

Les procédures d'importation sont généralement mises en place par les institutions administratives, économiques, bancaires et douanières. Tout importateur désireux d'acquérir des biens et des services de l'étranger doit s'y conformer et ce, dans le cadre général de la loi

¹<https://www.banquemondiale.org/fr/topic/trade/overview> Consulter le 02/04/2021 à 11h30

² Corinne pasco, commerce international 4eme édition, Dunod, Paris 2002, Page21

90/10 relative la monnaie, du crédit et du transfert de devises. Les étapes successives sont nécessaires pour se conformer à ces procédures et se résument comme suit¹ :

- Définition des besoins à importer ;
- Elaboration d'un cahier des charges
- Lancement d'un appel d'offres national et /ou international
- Collecte des offres des fournisseurs
- Etude technico-économique
- Etablissement d'un tableau comparatif des offres pour le choix de Meilleur fournisseur sur le rapport qualité/prix
- Négociation avec le meilleur fournisseur (le moins-disant)
- Passation de commande ou de contrat
- Formalités douanières
- Domiciliation et transfert de devises
- Réception des marchandises.

1.1.3 Choix du produit à importer :

Avant d'entamer toutes démarches concernant son projet d'importation, l'entreprise doit évaluer ses besoins. C'est-à-dire qu'elle doit définir quel bien sera le plus adapté pour sa production et doit donc évaluer son coût, la quantité nécessaire, le niveau d'innovation nécessaire, le besoin d'un service après-vente ou non (dans le cas de machines et équipements), sa qualité en fonction du positionnement du produit (haut, moyen ou bas de gamme).

La nature du produit définira aussi le volume dont l'entreprise devra disposer et l'intensité des importations. Les matières premières, composants et produits finis sont des produits peu encombrants et pourront alors être commandés en grande quantité selon les besoins de l'entreprise cliente. Quant à l'achat d'équipements, il sera opéré de manière occasionnelle et en quantité restreinte, tout d'abord en raison de l'encombrement du produit, mais aussi en raison de son prix, et sa fréquence d'achat sera donc plus faible.

Lorsqu'elle aura identifié ses besoins et choisi quel bien sera importé, elle doit entamer une analyse de marché afin de définir la source de son importation, à savoir quel pays peut répondre à ses besoins en prenant en compte les réglementations et contraintes douanières associées².

1.1.4 Enjeux de l'importation :

Un des phénomènes les plus marquants des 20-25 dernières années est l'accroissement des échanges commerciaux entre les pays. En effet, le volume des échanges a été multiplié par

¹ Thierry Jouan, Techniques et management des opérations de commerce international, Page 11

²<http://depot-e.uqtr.ca/id/eprint/6854/1/030492729.pdf>, Consulter 02/04/2021 à 15h00

CHAPITRE I : ASPECT THÉORIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL

Près de 3,5 durant cette période (+240%). Alors que le commerce international constitue unecomposante importante de la croissance économique mondiale, il convient de s'intéresser àson évolution depuis 1991 dans un contexte où la mondialisation économique impactgrandement les politiques commerciales et où la dynamique des échanges ralentit

En 2004. A la baisse des dynamiques des échanges, viennent s'ajouter les préférencetarifaires à l'intérieur des nombreuses zones de libres échanges (AELE, ALENA, ANASE,etc.) et unions douanières (Union européenne, Mercosur...), sans oublier les accords interzone comme ceux signés entre L'UE/AELE, L'UE/Maghreb, par exemple. La finalité de cesaccords est de réduire voire supprimer les droits de douane

Par ailleurs, dès1968, les pays industrialisés ont marqué leur volonté d'intégrer les paysen développement PED et les pays les moins avancés de la planète PMA dans ce processus dedéveloppement des échanges, c'est pour cela qu'est né le système de préférences générativeSPG. A raison première de ce système était de contribuer à l'industrialisation du « tiers -monde » en encourageant leur exportations industrielles : les pays de L'OCDE s'engageantappliquer des droits de douane réduits ou nuls de l'importation des produits en provenance etoriginaires des PED. Depuis sa création, ce système a connu plusieurs aménagements pourtenir compte de l'émergence de certains PED. En effets, la finalité est, qu'au fil du temps, laliste des pays bénéficiaires de cet accord se réduise, signe qu'ils ont atteint un niveau decompétitivité appréciable, sur certains produits tout du moins. Parallèlement, des préférencetarifaires supplémentaires sont accordées aux PMA dans le cadre de l'opération « Tout sauf les armes » et aux pays qui s'engagent dans la voie de la protection de l'environnement et deleurs travailleurs. Les produits du SRILANKA en bénéficient de puis le I Février 2004

Pour les acheteurs des pays industrialisés et de l'union européenne tout particulièrement,cet divers accords signifient possibilité de s'approvisionner en bénéficiant de préférencetarifaires, tout en contribuant à l'émergence des PED. Il reste encore beaucoup à faire enmatière d'intégration des PED dans l'économie mondiale. Tout comme il reste beaucoup àfaire en matière de lutter contre les obstacles au commerce. En effet les barrières nontarifaires ont gagné importance relative, si l'existence de normes sur certains produits freinentles échanges avec les pays industrialisés, les entreprises exportatrices peinent encore àexporter dans nombre de pays de fait de procédures, contingents quantitatifs et droit dedouane rédhibitoires. N'oublions pas que les droits et taxes appliqués à l'importation peuventêtre source de revenus non négligeables et participent au maintien de la production nationale

Le commerce international comprend toutes les opérations sur le marché mondial. Il estl'organe regroupant les divers pays du monde engagés dans la production des biens destinésaux marchés étrangers, Le commerce extérieur s'effectue entre les habitants de deux ouplusieurs pays. Il comprend les importations, achats à l'étranger et les exportations, ventes àl'étranger des biens produits à l'intérieur d'un pays. Les accords commerciaux régionaux sontde différents types, reflétant chacun des degrés d'intégration économiques distincts, et toutcela afin de favoriser le libre-échange.

1.2 L'exportation :

1.2.1 Définition de l'exportation :

L'exportation est le fait de céder des produits et/ou services destinés à être commercialisés et vendus sur le marché étranger. On distingue entre les sociétés totalement exportatrices dont la cession porte sur l'ensemble de sa production, et les sociétés partiellement exportatrices, dont la cession porte plutôt sur une partie de sa production.

Comme tout régime particulier, l'exportation est soumise à différentes formalités. En effet, pour pouvoir en bénéficier, la société exportatrice devra payer des redevances douanières et procéder à la présentation des licences d'exportation. Pour pouvoir la sortir du territoire douanier de la communauté, chaque marchandise doit faire l'objet d'une déclaration douanière.

L'exportation est accessible à toute personne physique ou morale réalisant des opérations commerciales à titre habituel. Elle doit disposer d'un numéro unique d'identifiant communautaire appelé Economic Operator Registration and Identification (EORI). Son activation se fait auprès du bureau de douane de la région du siège social de la future entreprise exportatrice.

Il est important de préciser que les échanges effectués entre les différentes communautés de l'Union Européenne (UE) sont qualifiés d'introduction ou d'expédition et non d'exportation¹.

1.2.2 Les règles d'or de l'exportation :

L'affiliation au régime d'exportation demande beaucoup de réflexion et exige quelques techniques capables de réussir la démarche d'exportation.

Pour bien préparer son projet et veiller à sa réussite, il faut :

- A- Etudier les caractéristiques du marché étranger :** tenir compte des différences culturelles (langue, rythme de vie, façon de penser, habitudes, coutumes, etc).
- B- Discerner les risques liés à l'export** (prospection non aboutie, risque de change, risque d'insolvabilité, etc) et penser, par exemple, à la conclusion d'un contrat d'assurance, qui couvre les éventuelles pertes.
- C- Déterminer les coûts d'approches des marchés étrangers :** car ils sont souvent importants et peuvent faire l'objet d'un prêt spécifique auprès d'une banque².

1.2.3 Pourquoi exporter ?

L'exportation est valable pour chaque personne physique ou morale. C'est un régime particulier qui a réussi à susciter l'intérêt d'un bon nombre d'entreprises.

Alors, pourquoi exporter ? Et quels sont les motifs d'adoption d'un tel régime ?

L'exportation autorise l'accès à des marchés étrangers. Par conséquent, l'entreprise exportatrice va pouvoir bénéficier du développement économique et financier d'un autre pays étranger, ce qui implique une croissance au niveau du chiffre d'affaires et un accroissement au

¹<https://www.petite-entreprise.net/P-2863-136-G1-export-tout-savoir-sur-l-exportation.html> Consulter le 02/04/2021 à 15h30

² Ibid.

niveau de la rentabilité économique. De ce fait, la société sera capable de réguler ses ventes, dans le cadre d'une activité saisonnière et gagnera en notoriété aussi bien sur le plan national qu'international.

Les entreprises exportatrices se caractérisent souvent par un volume de vente considérable, capable de cultiver sa capacité à dépasser la saturation du marché intérieur.

En s'adressant aux marchés extérieurs, l'économie ne peut être qu'une économie d'échelle.

Il est important de préciser que le nombre d'entreprises exportatrices est en forte évolution sachant que celles déjà affiliées à ce régime sont satisfaites et souhaitent accroître encore plus leurs activités exportatrices¹.

1.2.4 Les avantages de l'exportation pour une entreprise :

Grace à la globalisation, le monde des affaires prend une dimension de plus en plus importante à l'échelle internationale. Les échanges mondiaux connaissent beaucoup moins de barrières et de limites. Ainsi, l'exportation se développe et s'étend à différentes sphères d'outre-mer.

Quels sont, alors, les avantages de l'exportation pour une entreprise ? L'exportation est un régime d'échange de produits et/ou services susceptibles de générer plusieurs avantages pour l'entreprise exportatrice. Elle permet de²:

- ✓ Augmenter le chiffre d'affaires en prospectant de nouveaux marchés étrangers.
- ✓ Augmenter la rentabilité grâce aux économies d'échelle.
- ✓ Gagner en notoriété en intégrant des marchés mondiaux et faisant connaître son nom.
- ✓ Dynamiser l'entreprise par l'instauration de nouvelles stratégies de développement qui concordent avec les exigences des marchés étrangers.
- ✓ Acquérir des connaissances et compétences capables de lui faire gagner de l'expérience, à l'échelle internationale.
- ✓ Bénéficier de quelques exonérations (fiscales, douanières, etc) et de facilités de fonctionnement.
- ✓ Augmenter sa marge bénéficiaire.
- ✓ Développer un esprit innovateur grâce au côtoiement de cultures différentes.

Bien que l'exportation représente déférents avantages, elle a tout de même quelques limites.

1.2.5 Les freins à l'export :

Les sociétés exportatrices se trouvent parfois face à un problème de change. En effet, les échanges s'effectuent par le biais de différentes monnaies (euro, dollar américain, livre sterling, yen, etc.). Sachant que les taux de change sont constamment flottants, et que les prix des transactions sont souvent fixés à l'avance, la société exportatrice risque de subir une perte provoquée par la dépréciation de la monnaie du pays importateur.

¹<https://www.petite-entreprise.net/P-2863-136-G1-export-tout-savoir-sur-l-exportation.html> Consulter le 02/04/2021 à 15h32
²Ibid.

Dans le cadre des opérations d'exportation, c'est souvent l'importateur qui définit la politique commerciale. Ce qui limitera le pouvoir de l'exportateur sur le sort de ses produits et/ou services dans le pays de destination.

En exportant ses outputs, l'exportateur sera toujours dérivé des performances du distributeur et risque de perdre en termes de marge bénéficiaire. Il peut rencontrer des difficultés de compréhension à cause des différences culturelles et linguistiques.

Parmi les entraves à l'exportation, on cite les frais supplémentaires afférents au transport des marchandises lourdes ou à faible valeur, révélés coûteux¹.

SECTION 02 : L'importance et la structure des échanges

L'appareil statistique est aujourd'hui suffisamment rodé et abondant pour nous permettre d'apprécier le volume, la composition et la direction du commerce international. D'abord, chaque pays dispose de ses propres agences chargées de la compilation et de la diffusion des données statistiques du commerce extérieur, du mouvement des capitaux et du déplacement de la main-d'œuvre. La structure administrative de ces agences varie cependant d'un pays à l'autre. Par exemple, elle prend la forme d'une société publique autonome avec mandat exclusif comme Statistique Canada, l'INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques), en France, ou d'un département d'un ou de plusieurs ministères comme aux États-Unis (Département du commerce, Département du travail, etc.) ou au Japon avec le ministère du Commerce international et de l'Industrie.

2.1 Les données statistiques principales du commerce extérieur

Le commerce mondial de biens et services s'est sensiblement accru au cours des années pour atteindre près de 11 000 milliards de dollars en 2004 (voir tableau N° 01-01). Les statistiques concernant les services commerciaux proviennent des statistiques de la balance des paiements, alors que celles qui concernent le commerce de marchandises sont des statistiques douanières. Ces deux séries de données ne sont pas directement comparables parce que, d'une part, les données disponibles sur le commerce des services commerciaux couvrent un moins grand nombre de pays que celles qui ont trait au commerce de marchandises et que, d'autre part, il existe pour les données sur le commerce des services commerciaux d'autres sources de distorsion (problèmes de comptabilisation, de distinction d'exportation, de classification, de désagrégation limitée, d'échanges intrafirmes, etc.). Malgré ce biais statistique, on estime que les échanges mondiaux de services ont progressé un peu plus rapidement que ceux des marchandises tout au long des deux dernières décennies. Néanmoins, des changements par rapport à cette tendance passée commencent à être observés puisque, pour l'année 2003, la valeur des exportations mondiales de marchandises a augmenté plus rapidement que celles des services. Selon l'OMC².

¹<https://www.petite-entreprise.net/P-2863-136-G1-export-tout-savoir-sur-l-exportation.html> Consulter le 02/04/2021 à 15h35

² Le commerce international, Emmanuel Nyahoho et Pierre-Paul Proulx, page 53

Tableau N° 01-01 : Exportations mondiales de marchandises et services

Exportations mondiales de marchandises et services
(en milliards de \$)

	1985	1995	2000	2003	2004
Marchandises	1 950,0	5 162,0	6 446,0	7 294,0	8 907,0
Services	380,9	1 187,4	1 479,4	1 795,0	2 125,0
Total	2 330,9	6 349,4	7 925,4	9 089,0	11 032,0

Source : OMC. Statistiques du commerce international, Genève, divers numéros.

La forte croissance du commerce mondial repose sur quatre principaux facteurs: la mise en place du régime du GATT qui a conduit à des réductions appréciables de barrières tarifaires ; la forte reprise des activités économiques durant les années 1950 et 1960 ; la conclusion d'accords entre des groupes régionaux favorisant le libre-échange et, finalement, les processus d'intégration informelle liés aux activités des firmes multinationales. Dès le milieu des années 1950, le commerce mondial de produits primaires et manufacturés augmente à un rythme beaucoup plus rapide que la production mondiale, et cette tendance est encore observable de nos jours (Tableau N° 02-01)¹.

Tableau N° 02-01 : Évolution de la mondialisation des échanges

Indicateur/région	1971- 1985	1986- 1990	1991- 1993	1994- 1996	1997- 2004
Croissance du commerce mondial*	3,7	6,1	3,9	7,7	6,0
Croissance de la production mondiale	3,2	3,3	1,1	3,0	3,3
Vitesse d'intégration**	0,5	2,8	2,9	4,7	2,7
Pays à revenu élevé de l'OCDE	0,8	3,2	0,8	4,2	2,7
Pays en développement	-0,6	0,6	6,7	5,0	1,9
Afrique subsaharienne	-1,5	-0,7	0,4	1,4	0,4
Asie de l'Est	1,0	1,4	5,8	5,1	1,7
Asie du Sud	-0,4	-0,2	4,1	3,2	1,5
Europe et Asie centrale	0,0	-2,1	7,3	8,3	1,4
Moyen-Orient et Afrique du Nord	-1,5	3,1	0,3	0,9	1,3
Amérique latine et Caraïbes	-1,6	2,0	9,6	2,8	2,2

* Taux de croissance de la somme des exportations et des importations de marchandises en volume.

** Taux de croissance du commerce moins taux de croissance de la production.

Source : rapport de la banque mondiale (1995),.

De fait, selon les estimations de la Banque mondiale (1995), la vitesse d'intégration mesurée par le différentiel entre le taux de croissance des échanges mondiaux de marchandises et celui de la production a régulièrement augmenté pour atteindre 4,7 entre 1994 et 1996. Il y avait un certain optimisme relativement à l'évolution des échanges mondiaux à l'horizon de l'an 2000 en raison de six facteurs : la reprise cyclique dans les pays industrialisés, l'appréciation du yen et l'ouverture du marché japonais, le renforcement du pouvoir d'achat des exportateurs de produits primaires, un taux de croissance accru des PVD, l'intégration des marchés financiers mondiaux et, enfin, l'accélération de la libéralisation du commerce. Ce ne

¹Le commerce international, Emmanuel Nyahoho et Pierre-Paul Proulx, page 53

CHAPITRE I : ASPECT THÉORIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL

sont pas tous les pays qui partagent équitablement la croissance du commerce mondial. Le tableau N° 03-01, portant sur les exportations des marchandises, indique clairement les changements survenus dans la direction du commerce¹.

Tableau N° 03-01 : Part des principaux groupes de pays dans les exportations mondiales des marchandises (1950-2003)

Régions		1950	1970	1980	1990	2000	2003
Monde	(en milliards \$)	62,2	314,6	2 031,8	3 491,4	6 364,0	7 443,7
	(en %)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Pays développés		60,6	71,5	65,3	72,1	65,3	64,5
dont Amérique		21,0	18,9	14,4	14,9	16,6	13,4
UE (15)		30,6	41,0	38,5	43,2	35,3	38,3
Japon		1,3	6,0	6,4	8,2	7,5	6,3
Pays en développement		33,0	18,9	29,4	24,2	32,0	32,4
dont Amérique		12,1	5,5	5,5	4,1	5,5	5,0
Afrique		5,3	4,1	5,9	3,1	2,3	2,3
Asie		15,2	8,5	17,9	16,9	24,0	24,9
Pays du Sud-Est et CEI		6,4	9,6	5,3	3,7	2,7	3,1

Source : CNUCED (2004), Manuel de statistiques de la CNUCED, Nations-Unies, New York.

Jusqu'au début des années 1970, la croissance des exportations de marchandises des pays industriels est plus rapide que celle des pays en voie de développement (PVD). Il en résulte un mouvement de marginalisation des PVD dont la part dans le commerce mondial régresse, passant de 33,0 % en 1950 à 18,9 % en 1970. Pendant les années 1970, l'évolution est totalement inversée en raison surtout des deux chocs pétroliers, pour se retourner à nouveau au cours des années 1980. Les données récentes indiquent une montée de la part des PVD dans le commerce des marchandises qui atteint dès l'an 2000 environ 32 % : le niveau le plus élevé des 50 dernières années. C'est la hausse des prix du pétrole et celle des produits de base qui expliquent, dans une large mesure, cette performance commerciale des PVD. La part des pays de l'Europe de l'Est s'est maintenue autour de 9 % ou 10 % pour s'effondrer à partir de la fin des années 1990 ; elle se situe actuellement autour de 3 %.

L'essentiel du commerce mondial s'effectue donc par les pays industrialisés ; d'ailleurs, ceux-ci ont toujours représenté plus de 60 % du commerce mondial. De plus, la majeure partie de ces échanges est réalisée à l'intérieur des trois principales régions (Amérique du Nord, Europe et Japon). Une analyse plus fine de la structure par pays montre l'importance des changements intervenus au cours des dernières décennies. Au cours des années 1960 et 1970, les États-Unis ont perdu la position dominante qu'ils détenaient au lendemain de la Seconde Guerre mondiale.

La reconstruction et le développement économique de l'Europe et du Japon ont sensiblement érodé la prééminence américaine.

En effet, la part des exportations des États-Unis dans les exportations mondiales de marchandises s'est amenuisée, passant de 19 % en 1955 à 9 % en 2004. En 1986, l'Allemagne est arrivée au premier rang des pays exportateurs et, depuis ce temps, elle talonne sérieusement

¹Rapport de la Banque mondiale 1995, pp. 30-41

CHAPITRE I : ASPECT THÉORIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL

les États-Unis. La période d'après-guerre marque également le déclin du Royaume-Uni qui passe du deuxième au cinquième rang. À l'inverse, le Japon a opéré une remarquable remontée, accédant au troisième rang à partir du début des années 1970 et rejoignant presque l'Allemagne en 1993. Mais le Japon, à son tour, perd sa troisième place au profit de la Chine dès 2004. La progression spectaculaire des exportations de la Chine dès le début de ce siècle, qui s'est, au demeurant, accélérée en 2003 et 2004 (35 % de croissance), constitue une des principales caractéristiques de l'évolution du commerce mondial.

L'adhésion de la Chine à l'OMC, en date du 11 décembre 2001, nemanquera pas (compte tenu de son abondance en main-d'œuvre bon marché et de sa puissance militaire, peut-être la deuxième au monde, en tout cas la troisième) d'introduire une nouvelle dynamique Nord-Sud. Au cours des années 1970, on assiste également à une remontée des nouveaux pays industrialisés, notamment ceux qu'on appelle les quatre dragons asiatiques : Hong Kong, Taïwan, la Corée du Sud et Singapour. Le tableau N° 04-01 présente les principaux exportateurs et importateurs au monde de marchandises au cours de l'année 2004 ainsi que l'orientation du commerce. Le tableau N° 05-01 renseigne sur la direction du commerce. Selon le dernier tableau, 56,0 % des exportations de l'Amérique du Nord sont intra régionales, 5,4% sont dirigées vers l'Amérique latine, 16,3% vers l'Europe occidentale et 18,8 % vers l'Asie. On constate que l'Europe occidentale échange essentiellement avec les pays situés à l'intérieur de ses frontières (à 73,7 %).

Par ailleurs, le commerce intrarégional demeure faible en Amérique latine, en Afrique et au Moyen-Orient. Il en découle que toute activité de promotion du multilatéralisme ne serait guère aisée. Enfin, comme l'indique le tableau N° 06-01, on a pu assister à certains changements dans la composition des échanges au cours de la période 1980-2002. Le rang et la valeur des produits peuvent être associés à des événements et tendances (chocs pétroliers, révolution informatique, etc.), ainsi qu'à des cycles de l'économie, où certaines industries (automobile) peuvent être plus touchées¹.

Les fluctuations du prix du pétrole ont un impact incontestable sur la valeur des échanges mondiaux. Si l'on considère les quinze principaux groupes de produits des exportations mondiales de 2002, on constate que huit de ces produits se classaient dans cette même strate en 1980, à l'exception de certains groupes de produits qui ont connu une large consommation. En fait, le groupe lampes, tubes et valves a enregistré une augmentation rapide de sa part depuis 1985 (dixième en 1985 et troisième en 2002).

¹ Emmanuel Nyahoho et Pierre-Paul Proulx, OPCIT, p. 55

CHAPITRE I : ASPECT THÉORIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL

Tableau N° 04-01 : Principaux exportateurs et importateurs participant au commerce mondial des marchandises en 2004

Principaux exportateurs et importateurs participant au commerce mondial des marchandises, 2004 (en milliards de dollars et en pourcentage)

Rang	Exportateurs	Valeur	Part	Rang	Importateurs	Valeur	Part
1	Allemagne	914,8	10,0	1	États-Unis	1 526,4	16,1
2	États-Unis	819,0	9,0	2	Allemagne	717,5	7,6
3	Chine	593,4	6,5	3	Chine	561,4	5,9
4	Japon	565,5	6,2	4	France	464,1	4,9
5	France	451,0	4,9	5	Royaume-Uni	462,0	4,9
6	Pays-Bas	358,8	3,9	6	Japon	454,5	4,8
7	Italie	346,1	3,8	7	Italie	349,0	3,7
8	Royaume-Uni	345,6	3,8	8	Pays-Bas	319,9	3,4
9	Canada	322,0	3,5	9	Belgique	287,2	3,0
10	Belgique	308,9	3,4	10	Canada	275,8	2,9
11	Hong Kong, Chine	265,7	2,9	11	Hong Kong, Chine	273,0	2,9
	Exportations de produits d'origine locale	22,6			Importations définitives (a)	29,9	0,3
	réexportations	243,1	2,7	12	Espagne	249,8	2,6
12	Corée, République de	253,9	2,8	13	Corée, République de	224,4	2,4
13	Mexique	188,6	2,1	14	Mexique	206,4	2,2
14	Fédération de Russie	183,2	2,0	15	Taipei, Chinois	167,9	1,8
15	Taipei chinois	181,4	2,0	16	Singapour	163,8	1,7
16	Singapour	179,5	2,0		Importations définitives (a)	82,8	0,9
	Exportations de produits d'origine locale	98,5	1,1	17	Autriche	115,1	1,2
	réexportations	81,0	0,9	18	Suisse	111,5	1,2
17	Espagne	179,0	2,0	19	Australie	107,8	1,1
18	Malaisie	126,5	1,4	20	Malaisie	105,2	1,1
19	Suède	121,0	1,3				
20	Arabie Saoudite	119,6	1,3	21	Suède	97,6	1,0
21	Suisse	118,4	1,3	22	Turquie	97,2	1,0
22	Autriche	115,7	1,3	23	Thaïlande	95,4	1,0
23	Irlande	104,1	1,1	24	Inde	95,2	1,0
24	Thaïlande	97,7	1,1	25	Fédération de Russie (b)	94,8	1,0
25	Brésil	96,5	0,9	26	Pologne	87,8	0,9
26	Australie	86,6	0,9	27	République tchèque (b)	67,9	0,7
27	Norvège	82,0	0,9	28	Danemark	67,2	0,7
28	Émirats arabes unis	79,5	0,9	29	Brésil	65,9	0,7
29	Danemark	75,6	0,8	30	Irlande	60,1	0,6
30	Pologne	74,1	0,8		Total	7 971,8	84,3
	Total	7 753,5	85,0		Monde*	9 458,3	100,0
	Monde*	9 123,5	100,0				

* Y compris d'importantes réexportations ou importations destinées à la réexportation.

Source: OMC (2005), Communiqué de presse, Commerce mondial 2004, Perspectives pour 2005, 14 avril, Genève.

Le tableau N° 04-01 présente les principaux exportateurs et importateurs au monde de marchandises au cours de l'année 2004 ainsi que l'orientation du commerce. La croissance du commerce s'est accélérée en 2004, principalement grâce à l'expansion de la demande en

CHAPITRE I : ASPECT THÉORIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL

Allemagne et États-Unis et en Asie de l'Est la montée en puissance de la Chine en tant que grand pays exportateur et importateur a attiré l'attention de nombreux observateurs. La forte augmentation en Chine de la demande d'importations de pétrole et d'autres produits de base tels que le cuivre et le soja a largement contribué à la hausse des prix. Les achats accrus de biens d'équipement, de produits semi-manufacturés et de parties de machines par la Chine ont soutenu la production et les exportations dans de nombreuses économies d'Asie de l'Est.

Tableau N° 05-01: Structure régionale des exportations mondiales de marchandises, 1997
(en milliards de dollars et en pourcentage)*

Origine	Destination							
	Amérique du Nord	Amérique du Sud et C.	Europe occidentale	Communauté des États indépendants (CEI)	Afrique	Moyen-Orient	Asie	Monde
A. En valeur	742,25	71,43	215,85	5,30	14,82	25,14	249,23	1 324,45
Amérique du Nord	93,23	63,87	59,16	3,49	7,00	5,24	39,10	276,31
Amérique du Sud et Caraïbes	367,10	50,84	2 972,55	88,19	97,73	104,62	307,86	4 031,10
Europe occidentale	18,18	6,33	128,93	55,02	4,04	9,80	35,41	265,71
Communauté des États indépendants (CEI)*	43,23	6,80	99,07	0,72	23,14	3,36	38,87	231,74
Afrique	55,06	3,53	64,02	1,23	13,29	21,54	192,96	389,68
Moyen-Orient	533,13	39,37	416,92	25,32	44,85	75,07	1 201,30	2 388,37
Asie	1 852,18	242,17	3 956,50	179,28	204,87	244,77	2 064,72	8 907,00
Monde								
B. En pourcentage								
Amérique du Nord	56,0	5,4	16,3	0,4	1,1	1,9	18,8	100,0
Amérique du Sud et Caraïbes	33,7	23,1	21,4	1,3	2,5	1,9	14,2	100,0
Europe occidentale	9,1	1,3	73,7	2,2	2,4	2,6	7,6	100,0
Communauté des États indépendants (CEI)	6,8	2,4	48,5	20,7	1,5	3,7	12,2	100,0
Afrique	18,7	2,9	42,8	0,3	10,0	1,4	16,8	100,0
Moyen-Orient	14,1	0,9	16,4	0,3	3,4	5,5	49,5	100,0
Asie	22,3	1,6	17,5	1,1	1,9	3,1	50,3	100,0
Monde	20,8	2,7	44,4	2,0	2,3	2,7	23,2	100,0

Source : OMC (2005). Statistiques du commerce international, tableau A10, p. 214-219, Genève. Les données sont arrondies.

* Les pays membres de la CEI sont l'Arménie, l'Azerbaïdjan, le Belarus, la Fédération de Russie, la Georgie, le Kazakhstan, la Moldavie, l'Ouzbékistan, la République Kirghize, le Tadjikistan, le Turkménistan et l'Ukraine

Les machines de traitement de l'information ont à leur tour connu la même évolution (septième en 1985 et troisième en 2002). Le groupe des pièces de tracteur et véhicules s'est également imposé à partir des années 1990 (troisième en 1992 et sixième en 1996). Les équipements de bureau, les produits médicaux pharmaceutiques, les machines électriques et

CHAPITRE I : ASPECT THÉORIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL

industrielles ainsi que les appareils de coupe ont bénéficié d'une place importante dans le commerce mondial.

Toutefois, en référence aux huit produits de 1980 que l'on retrouve parmi les quinze premiers en 2002, on constate que leur part de marché a changé favorablement pour la majorité. Deux groupes ont vu leur part de marché diminuer sensiblement, soit les huiles brutes de pétrole (de 15,5% à 5,2%) et les produits pétroliers (de 4,0% à 2,39%), et ce, en raison notamment de la diminution de leurs prix.

Tableau N° 06-01 : Les quinze premiers produits les plus exportés (en pourcentage de la valeur mondiale des exportations)

Rang	2002	1991	1985	1980
1	781 Transport de personnes (5,29)	333 Huiles brutes de pétrole (5,35)	333 Huiles brutes de pétrole (8,74)	333 Huiles brutes de pétrole (15,5)
2	333 Huiles brutes de pétrole (5,20)	781 Voitures transport personnes (5,01)	781 Autos passagers (4,30)	334 Produits pétroliers (4,0)
3	776 Lampes, tubes, valves (4,02)	784 Pièces détachées de véhicules et accessoires (2,50)	334 Produits pétroliers (4,00)	781 Autos passagers (3,0)
4	764 Équipement de Télécom (3,38)	334 Produits raffinés du pétrole (2,48)	784 Pièces d'auto (2,16)	784 Pièces d'auto (1,6)
5	752 Machines de traitement de l'information (2,97)	792 Appareils de navigation aérienne (2,12)	341 Gaz naturel (1,50)	792 Aéronautique, avions (1,3)
6	759 Pièces de machines, appareils de bureau et de machines de traitement de l'information (2,43)	752 Machines de traitement de l'information (2,11)	792 Avions (1,50)	341 Gaz naturel (1,25)
7	541 Produits médicaux et pharmaceutiques (2,43)	776 Lampes, tubes, valves (1,98)	752 Machines de traitement de l'information (1,34)	782 Véhicules spéciaux (camions) (1,12)
8	334 Produits raffinés du pétrole (2,39)	764 Équipement de Télécom (1,84)	764 Produits de télécommunication (1,24)	641 Papiers et cartons (1,04)
9	784 Pièces détachées de véhicules et accessoires (2,35)	931 Transactions spéciales (1,82)	782 Camions (1,2)	674 Larges plats, tôles (1,03)
10	931 Transactions spéciales (2,11)	759 Pièces de machines, appareils de bureau et de machines de traitement de l'information (1,55)	776 Lampes, tubes, valves (1,16)	764 Produits de télécommunication (0,90)
11	792 Appareils de navigation aérienne (1,89)	641 Papiers et cartons (1,47)	641 Papiers et cartons (1,14)	583 Produits de polymérisation (0,90)
12	778 Autres machines électriques (1,50)	583 Produits de polymérisation et de copolymérisation (1,41)	759 Équipement de bureau (1,12)	011 Viandes fraîches congelées (0,80)

CHAPITRE I : ASPECT THÉORIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL

13	772	Appareillage de coupe et protection des circuits électriques (1,43)	728	Autres machines industrielles particulières (1,16)	793	Navires et bateaux (1,10)	684	Aluminium (0,76)
14	583	Produits de polymérisation et copolymérisation (1,37)	778	Autres machines électriques (1,15)	874	Instruments de mesure (1,00)	713	Moteurs combustibles int, pièces (0,74)
15	341	Gaz naturel et gaz manufacturé (1,31)	541	Produits médicaux et pharmaceutiques (1,15)	674	Large plates, tôles (1,00)	874	Instruments de mesure (0,74)
		Total des 15 produits ci-dessus 40 %		Total des 15 produits ci-dessus 33 %		Total des 15 produits ci-dessus 32,5 %		Total des 15 produits ci-dessus 34,7 %

Source : CNUCED (2004). Manuel de statistiques de la CNUCED, Nations Unies, New York et Genève, tableau 4.2.A, pp. 148-151.

On assistera donc à une tendance inverse si la hausse actuelle des prix du pétrole se maintient. On remarque également que l'apparition des nouveaux produits susmentionnés s'est faite par le remplacement du gaz naturel, des véhicules spéciaux, des large plates et tôles, des viandes fraîches congelées, des moteurs combustibles, de l'aluminium et des instruments de mesure. De l'ensemble des 239 produits considérés, les quinze premiers représentent environ 40 % des exportations mondiales en 2002, comparativement à 34,7 % en 1980. L'essentiel du commerce mondial de marchandises gravite donc autour d'un nombre relativement limité de produits, ce qui contribue à l'accroissement de la concurrence étrangère¹.

A partir de la Seconde Guerre mondiale, les échanges internationaux s'accroissent. Depuis les années 1950, on observe une augmentation soutenue et continue des exportations et importations qui connaissent toutefois un ralentissement pendant les deux chocs pétroliers.

Mais depuis les années 1980, on parle de mondialisation car on remarque une très forte progression des échanges de biens et de services et de mouvements de capitaux sur le plan international. Cette croissance est supérieure à celle de la production mondiale.

2.2 Le commerce international par secteurs géographiques :

L'analyse des flux internationaux montre trois phénomènes importants :

2.2.1 Les pays industrialisés réalisent environ 70% des échanges.

En 2004, le premier exportateur mondial était l'Allemagne, suivi des États-Unis. La France occupait la 5^e place. En revanche, les PED (pays en développement) n'ont pas augmenté leurs échanges qui stagnent depuis les années 1960. Ils participent seulement à hauteur de 25% au commerce mondial.

Mais il faut distinguer les NPI (nouveaux pays industrialisés) dont la Chine, l'Inde... qui réalisent environ 15% des échanges et les PMA (pays les moins avancés) qui participent de moins en moins au commerce mondial. L'Afrique ne représente que 2% des échanges internationaux.

2.2.2 trois grandes zones géographiques : le commerce international est polarisé autour de trois zones géographiques (Amérique du Nord, Europe occidentale, Asie du

¹ Emmanuel Nyahoho et Pierre-Paul Proulx, OPCIT, p.58

Sud-Est) : la Triade. Dans cette zone se concentrent plus de 90% du commerce mondial.

2.2.3 la régionalisation des échanges : les échanges intrarégionaux ou inter zones se réalisent au sein d'une même région ou zone mondiale. Ils représentent environ 50% du commerce international des biens. Il existe plusieurs zones telles que le marché unique européen, l'Aléna nord-américain, le Mercosur sud-américain...

Chaque pays d'une zone régionale privilégie les échanges avec les pays de sa zone. Par exemple, 60% des échanges des pays européens se réalisent à l'intérieur de l'Union européenne.

2.3 L'évolution des échanges par nature :

Les exportations de marchandises représentent 80% du commerce mondial contre seulement 20% d'exportations de services. Mais depuis vingt ans environ, les exportations de services augmentent plus vite que les exportations de biens.

Depuis la Seconde Guerre mondiale, les flux de capitaux (IDE) progressent fortement. Les investissements se réalisent principalement au sein de la Triade, (80% des flux de capitaux) tandis que les investissements dans les PED sont très rares et se concentrent dans les pays à forte croissance économique (Chine, Brésil...).

2.3.1 Le rôle des FMN (ou FTN) dans les échanges internationaux :

La firme multinationale (ou transnationale) est une entreprise qui à partir d'une base nationale (société mère) développe son activité productive grâce à une ou plusieurs filiales établies à l'étranger. Elles jouent un rôle très important car elles réalisent la plus grande partie des investissements directs à l'étranger (IDE).

De ce fait, elles contrôlent 25% de la production mondiale et plus que la moitié du commerce international.

Depuis la Deuxième Guerre mondiale, les échanges internationaux ont fortement progressé.

Mais cette progression n'est pas répartie de manière homogène. Les échanges de marchandises représentent la part la plus importante et les échanges de services progressent très rapidement.

La majeure partie du commerce mondial s'effectue entre pays riches. On constate également un flux d'échanges très important dans les trois régions du monde les plus développées : l'Amérique du Nord, L'Europe occidentale et l'Asie du Sud-Est.

Les régions ou pays les moins développés participent très peu aux échanges internationaux¹.

SECTION 03 : Les tendances récentes du commerce international

Le choc massif et brutal produit par la pandémie de coronavirus (COVID-19) et par les mesures d'arrêt de l'activité prises pour l'enrayer plonge l'économie mondiale dans une grave récession.

¹<https://www.maxicours.com/se/cours/l-evolution-des-echanges-internationaux/> Consulter le 04/04/2021 à 17h.

3.1 Les effets du COVID-19 sur le commerce international :

Forte chute attendue du commerce avec une économie mondiale bouleversée par la pandémie de COVID 19.

Le commerce mondial devrait enregistrer une baisse comprise entre 13% et 32% en 2020, tandis que la pandémie de COVID 19 désorganise les activités économiques et la vie normales dans le monde.

Le large éventail de possibilités liées à la baisse prévue s'explique par la nature sans précédent de cette crise sanitaire et par l'incertitude quant à son impact économique précis. Mais les économistes de l'OMC pensent que cette baisse sera probablement supérieure à la contraction du commerce causée par la crise financière mondiale de 2008-2009 (figure N°01-01).

Les estimations de la reprise attendue en 2021 sont tout aussi incertaines, avec des résultats qui dépendront largement de la durée de l'épidémie et de l'efficacité des mesures adoptées pour y faire face.

"Cette crise est avant toute une crise sanitaire qui a contraint les gouvernements à prendre des mesures sans précédent pour protéger la vie des personnes", a déclaré le Directeur général de l'OMC, Roberto Azevêdo.

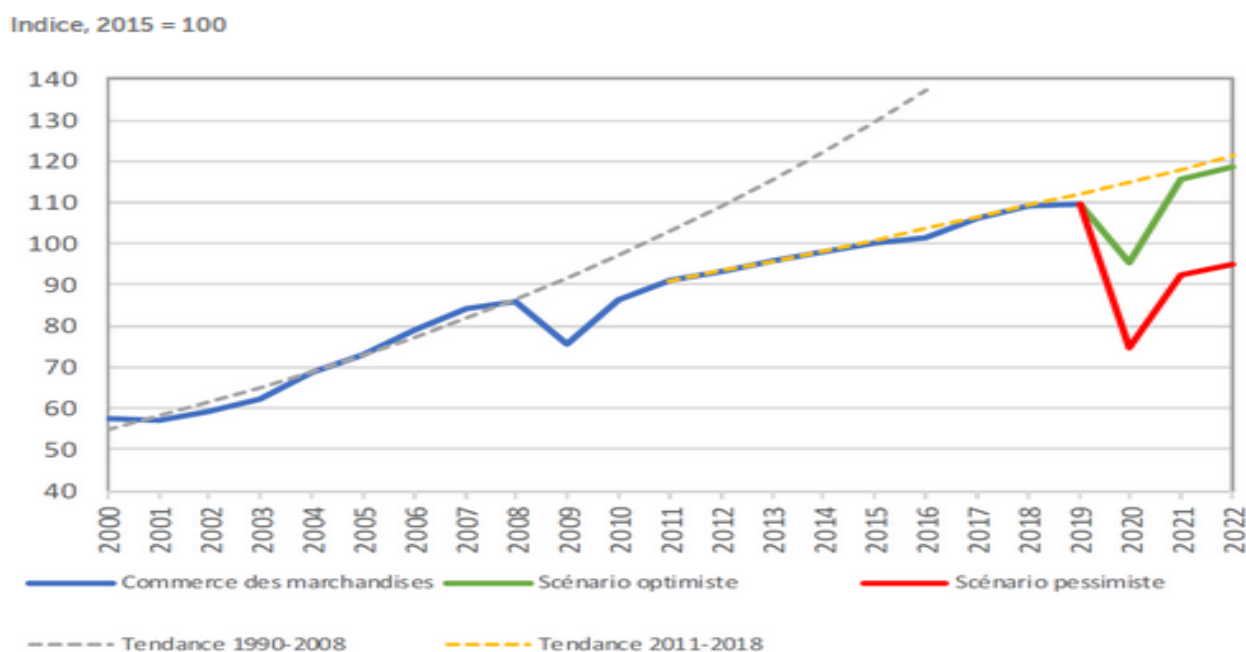
"La baisse inévitable du commerce et de la production aura des conséquences douloureuses pour les ménages et les entreprises, en plus des souffrances humaines causées par la maladie elle-même."

"L'objectif immédiat est de maîtriser la pandémie et d'atténuer les dommages économiques causés aux individus, aux entreprises et aux pays. Mais les responsables politiques doivent commencer à planifier l'après-pandémie."

"Les chiffres sont mauvais, c'est indéniable. Mais une relance rapide et vigoureuse est possible. Les décisions prises aujourd'hui détermineront la forme de la reprise et les perspectives de croissance mondiale. Nous devons poser les fondements d'une reprise forte, soutenue et socialement inclusive. Le commerce sera un ingrédient important en la matière, associé aux politiques budgétaires et monétaires. Pour stimuler les investissements renouvelés dont nous aurons besoin, il sera essentiel de maintenir l'ouverture et la prévisibilité des marchés, ainsi que de favoriser un environnement économique plus généralement favorable. Et si les pays travaillent la main dans la main, nous aurons une croissance beaucoup plus rapide que si chacun agit seul."¹

¹https://www.wto.org/french/news_f/pres20_f/pr855_f.htm Consulter le 15/04/2021 à 14h05.

Figure N°01-01 : Volume du commerce mondial des marchandises, 2000-2022



Source :Rapport sécrétariat de l'OMC.

Plombé par les tensions commerciales et le ralentissement de la croissance économique, le commerce faiblissait déjà en 2019 avant que le virus ne commence à sévir. Cette année-là, le commerce mondial des marchandises a enregistré un léger recul de -0,1% en volume, après avoir progressé de 2,9% l'année précédente. Dans le même temps, la valeur en dollars des exportations mondiales de marchandises a baissé de 3%, à 18 890 milliards d'USD.

Le commerce mondial des services commerciaux, en revanche, a progressé en 2019, avec une hausse de 2% des exportations en dollars, à 6 030 milliards d'USD. Le rythme d'expansion a été plus faible qu'en 2018, année durant laquelle le commerce des services avait augmenté de 9%.

3.1.1 Perspectives du commerce en 2020 et 2021 :

Le choc économique provoqué par la pandémie de COVID-19 appelle inévitablement des comparaisons avec la crise financière mondiale de 2008-2009. Ces deux crises sont similaires à certains égards, mais très différentes à d'autres. Comme en 2008-2009, les gouvernements sont intervenus avec des politiques monétaires et budgétaires pour faire face au ralentissement et offrir aux entreprises et aux ménages un soutien temporaire en matière de revenu. Mais, en raison des restrictions touchant les déplacements et de la distanciation sociale imposée pour ralentir la propagation de la maladie, l'offre de main-d'œuvre, les transports et les voyages sont aujourd'hui directement touchés d'une manière différente de ce qui était le cas lors de la crise financière. Des secteurs entiers des économies nationales ont été fermés, comme l'hôtellerie, la restauration, le commerce de détail non essentiel, le tourisme et une part importante de l'activité manufacturière. Dans ces circonstances, les prévisions nécessitent de solides hypothèses quant

à la progression de la maladie et une confiance plus grande dans les données estimatives que dans les données communiquées¹.

Les résultats commerciaux à venir sont donc plus faciles à appréhender sous la forme de deux scénarios distincts(1) : 1) un scénario relativement optimiste, avec un net recul du commerce suivi par une reprise à partir de la seconde moitié de 2020, et 2) un scénario plus pessimiste avec une baisse initiale plus forte et une reprise plus prolongée et incomplète.

Il faut voir là des explorations de différentes trajectoires possibles pour la crise plutôt que des prévisions spécifiques concernant l'évolution à venir. Il se peut très bien que les résultats réels se situent en dehors de cette fourchette, que ce soit au-dessus ou en dessous.

Dans le scénario optimiste, la reprise sera suffisamment forte pour permettre au commerce de se rapprocher de la tendance antérieure à la pandémie, représentée par la ligne pointillée jaune sur la Figure N° 01-01, tandis que le scénario pessimiste n'envisage qu'une reprise partielle. Étant donné le niveau des incertitudes, il faut souligner que la trajectoire initiale ne détermine pas nécessairement la reprise qui suivra. On peut voir par exemple une baisse brutale des volumes d'échanges en 2020 dans le scénario pessimiste, mais une relance tout aussi spectaculaire qui se traduirait par des échanges beaucoup plus proches de ce que prévoit le scénario optimiste d'ici à 2021 ou 2022.

Après la crise financière de 2008-2009, le commerce n'est jamais revenu à la tendance précédente, représentée par la ligne pointillée grise sur le même graphique. La probabilité d'une reprise forte est plus grande si les entreprises et les consommateurs considèrent la pandémie comme un choc temporaire et ponctuel. Dans ce cas, les dépenses de biens d'équipement et de biens de consommation durables pourraient retrouver des niveaux proches de ceux d'avant la crise lorsque celle-ci s'apaiserait. Par contre, si l'épidémie se prolonge et/ou si l'incertitude récurrente se généralise, les ménages et les entreprises pourraient faire preuve de prudence dans leurs dépenses.

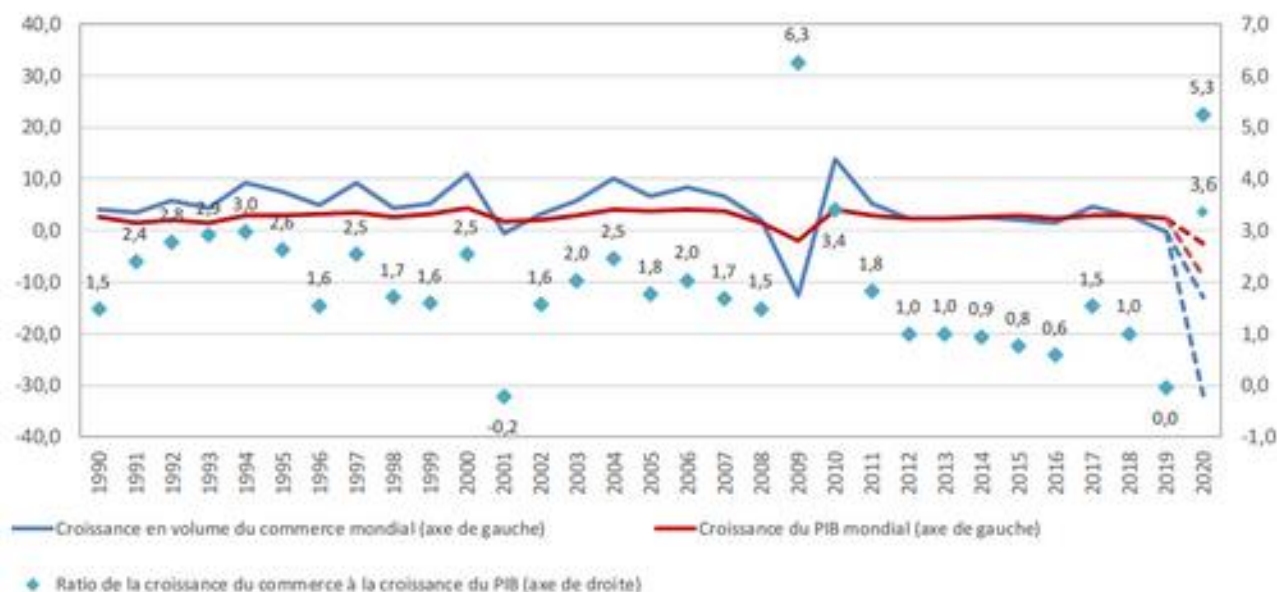
Dans les deux scénarios, toutes les régions subiront une baisse à deux chiffres des exportations et des importations en 2020, sauf les "autres régions" (qui comprennent l'Afrique, le Moyen-Orient et la Communauté d'États indépendants (CEI), y compris les États associés et les anciens États membres. La baisse relativement faible estimée pour ces dernières tient au fait que les pays qui en font partie dépendent beaucoup des exportations de produits énergétiques, dont la demande est relativement indépendante des fluctuations de prix. Si la pandémie est maîtrisée et si le commerce se remet en route, la plupart des régions pourraient enregistrer en 2021 une reprise à deux chiffres avoisinants 21% dans le scénario optimiste et 24% dans le scénario pessimiste – bien qu'à partir d'une base beaucoup plus faible. L'ampleur de l'incertitude est très élevée, et il est tout à fait possible que les résultats soient supérieurs ou inférieurs à ces chiffres en 2020 aussi bien qu'en 2021².

¹https://www.wto.org/french/news_f/pres20_f/pr855_f.htm Consulter le 15/04/2021 à 14h20.

² Ibid.

Figure N° 02-01: Ratio de la croissance du commerce mondial des marchandises à la croissance du PIB mondial, 1990-2020

Variation en pourcentage et ratio



Source : Secrétariat de l'OMC pour le commerce et estimations consensuelles pour le PIB historique. Les projections du PIB sont basées sur des scénarios simulés au moyen du Modèle du commerce mondial de l'OMC.

Deux autres aspects différencient la récession actuelle de la crise financière : le rôle des chaînes de valeur et le commerce des services. La perturbation des chaînes de valeur posait déjà problème lorsque la COVID-19 était essentiellement limitée à la Chine. Elle reste un facteur dominant aujourd'hui que la maladie est largement répandue. Il est probable que la baisse du commerce sera plus forte dans les secteurs caractérisés par des chaînes de valeur complexes, notamment ceux de l'électronique et des produits automobiles.

Selon la base de données sur le commerce en valeur ajoutée (TiVa) de l'OCDE, la part de la valeur ajoutée étrangère dans les exportations de produits électroniques était d'environ 10% pour les États-Unis, 25% pour la Chine, plus de 30% pour la Corée, plus de 40% pour Singapour et plus de 50% pour le Mexique, la Malaisie et le Viet Nam. Les importations de facteurs de production essentiels seront probablement interrompues par la distanciation sociale, qui a causé la fermeture temporaire des usines en Chine et agit de même aujourd'hui en Europe et en Amérique du Nord. Toutefois, il est également utile de rappeler que la perturbation des chaînes d'approvisionnement complexes peut aussi résulter de catastrophes localisées telles que les ouragans et les tsunamis et d'autres perturbations économiques. La gestion de cette perturbation est un défi pour les entreprises aussi bien mondiales que locales et exige de chacune d'elles un calcul des risques par rapport à l'efficacité économique.

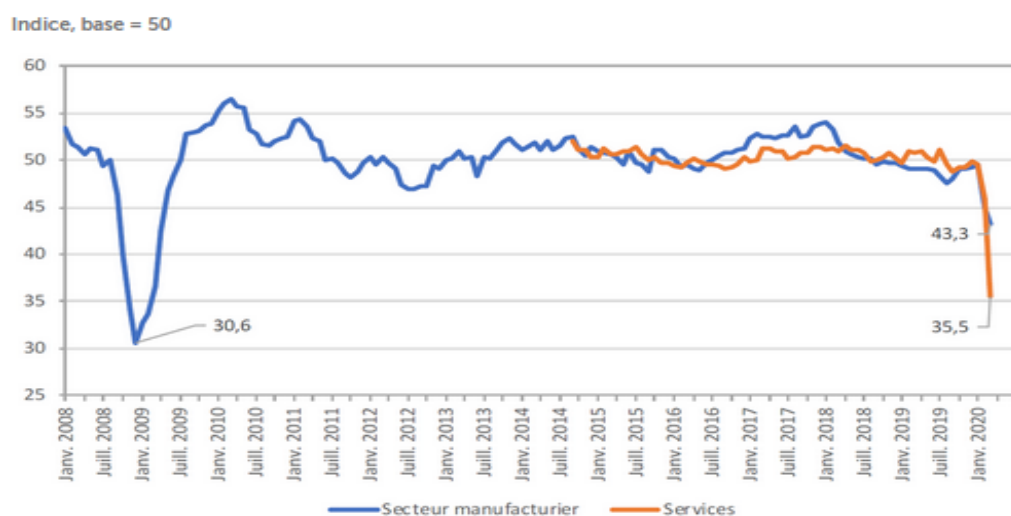
Il se pourrait que le commerce des services soit la composante du commerce mondial la plus directement touchée par la COVID-19 en raison des restrictions imposées dans les domaines des transports et des voyages et de la fermeture de nombreux établissements de vente

CHAPITRE I : ASPECT THÉORIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL

au détail et d'hébergement. Les services ne sont pas inclus dans les prévisions de l'OMC relatives au commerce des marchandises, mais l'essentiel du commerce des marchandises serait impossible sans eux (par exemple, les transports). Contrairement aux marchandises, il n'y a pas de stocks de services dans lesquels on pourrait puiser aujourd'hui et qui pourraient être reconstitués par la suite. Les baisses du commerce des services durant la pandémie pourraient donc être perdues à jamais. Les services sont également interconnectés, avec des transports aériens qui maintiennent un écosystème d'autres activités culturelles, sportives et récréatives. Certains services pourraient toutefois retirer des bénéfices de la crise. C'est le cas des services informatiques, dont la demande a explosé du fait que les entreprises s'efforcent de permettre à leurs employés de travailler chez eux et que la socialisation se fait à distance.

L'impact de l'épidémie de COVID-19 sur le commerce international n'est pas encore visible dans la plupart des données commerciales, mais certains grands indicateurs opportuns peuvent laisser entrevoir l'ampleur du ralentissement et la mesure dans laquelle il peut être comparé aux crises antérieures. Les indices des nouvelles commandes à l'exportation dérivés des indices des directeurs d'achat sont particulièrement utiles à cet égard. Les indices mondiaux de JP Morgan pour le mois de mars ont montré que les commandes à l'exportation étaient tombées à 43,3 par rapport à une valeur de référence de 50 et que les nouvelles exportations de services étaient tombées à 35,5, ce qui traduit un sérieux ralentissement¹.

Figure N° 03-01 : Nouvelles commandes à l'exportation d'après les indices des directeurs d'achat, janvier 2008-mars 2020



Note: Les valeurs supérieures à 50 indiquent une expansion tandis que les valeurs inférieures à 50 indiquent une contraction.

Source : Article d'IHSMarkit

3.1.2 Évolution du commerce en 2019 :

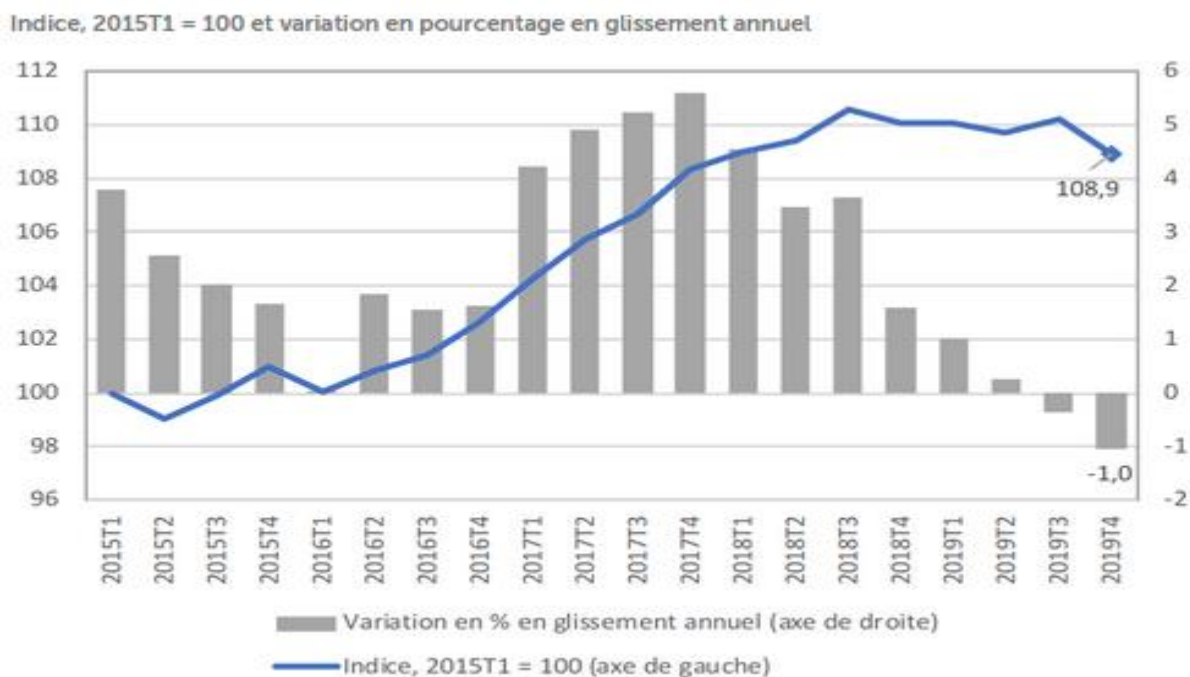
Plombé par des tensions commerciales persistantes, le commerce mondial des marchandises s'est figé en 2019, affichant une baisse en fin d'année. Cette évolution est illustrée par la Figure N° 04-01, qui présente les volumes du commerce des marchandises corrigés des

¹https://www.wto.org/french/news_f/pres20_f/pr855_f.htm Consulter le 15/04/2021 à 14h45.

CHAPITRE I : ASPECT THÉORIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL

variations saisonnières tels qu'ils sont mesurés par la moyenne des exportations et des importations. Au quatrième trimestre, les échanges étaient en recul de 1,0% en glissement annuel et de 1,2% par rapport au troisième trimestre de 2019. Ce dernier chiffre équivalait à une baisse de 4,6% sur une base annualisée.

Figure N°04-01 : Exportations et importations mondiales de marchandises, 2015T1-2019T4

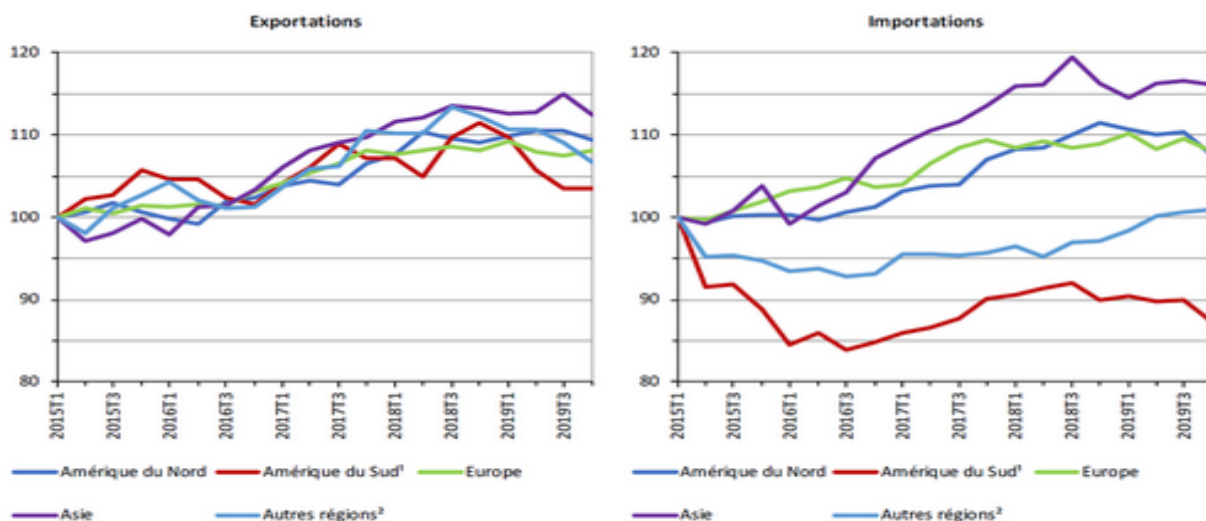


Source : Rapport du secrétariat de l'OMC et CNUCED.

La Figure N°05-01 présente les volumes trimestriels des exportations et des importations de marchandises, corrigés des variations saisonnières, par région. L'Amérique du Sud et les autres régions ont vu leurs exportations chuter au second semestre de 2019, tandis que l'Europe, l'Amérique du Nord et l'Asie ont enregistré soit une croissance minimale, soit une baisse légère. Les volumes des importations de l'Amérique du Sud ont régressé tout au long de l'année, tandis que l'Europe, l'Amérique du Nord et l'Asie ont également terminé l'année à un niveau plus faible. Seules les importations des autres régions ont continué de progresser, avec une croissance en glissement annuel pour chaque trimestre comprise entre 1,9% et 4,9% en 2019.

Figure N° 05-01 : Exportations et importations de marchandises par région, 2015T1-2019T4

(Indice de volume, 2015T1 = 100)



1 Amérique du Sud et centrale et Caraïbes.

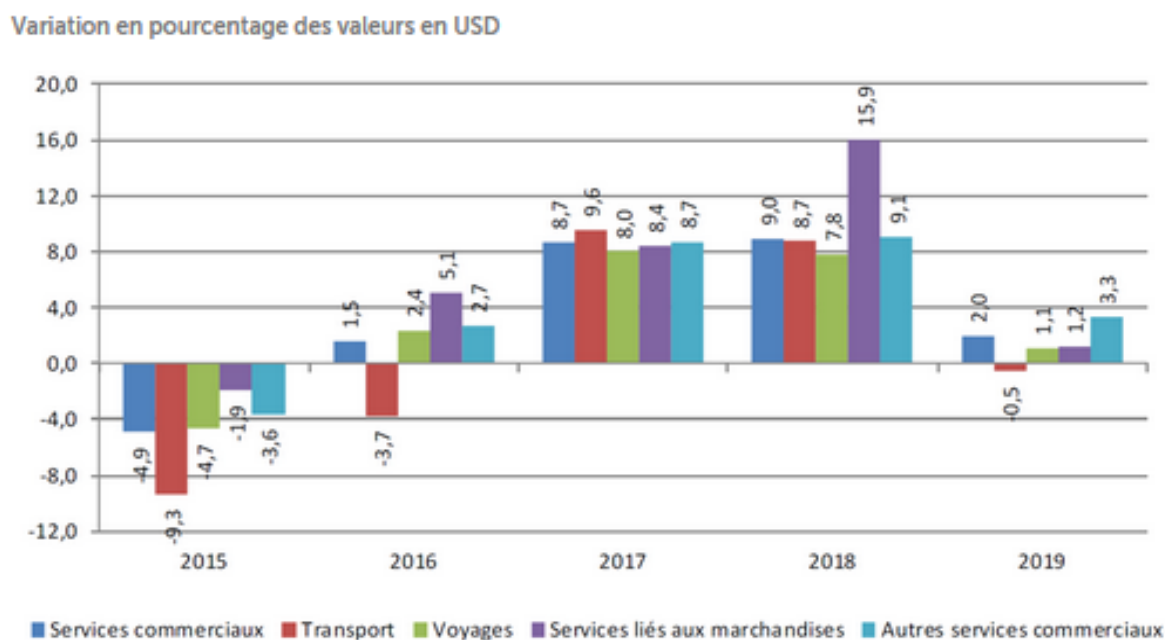
2 Les autres régions comprennent l'Afrique, le Moyen-Orient et la communauté d'États indépendants, y compris les États membres associés et les anciens États membres.

Source : rapport OMC et CNUCED.

Bien que les services ne soient pas assujettis à des droits de douane comme les marchandises, le commerce mondial des services commerciaux a enregistré un fort ralentissement en volume en 2019, après une croissance vigoureuse au cours des deux années précédentes. Cette évolution est illustrée par la figure N°06-01, qui présente la croissance en dollars des exportations de services par grandes catégories. La catégorie des "autres services commerciaux" est celle qui a enregistré la plus forte croissance avec une hausse de 3% en 2019, suivie par les voyages et les services liés aux marchandises avec 1%. La baisse de 0,5% de la valeur des services de transport a peut-être été causée par la faiblesse du commerce des marchandises due aux frictions commerciales entre les grandes économies¹.

¹https://www.wto.org/french/news_f/pres20_f/pr855_f.htm Consulter le 15/04/2021 à 14h53.

Figure N°06-01 : Croissance des exportations de services commerciaux en valeur par catégorie, 2015-2019



Source : Rapport du secrétariat de l'OMC, CNUCED et ITC.

Conclusion

Les échanges internationaux se sont considérablement accrus depuis la fin de la deuxième Guerre mondiale. Aujourd'hui, un tiers environ de la production mondiale participe aux échanges internationaux. Les progrès techniques dans les domaines des transports et des communications, et la libéralisation des politiques du commerce extérieur soutenue par de nouveaux accords internationaux constituent les principales raisons expliquant cette dynamique. L'augmentation des flux internationaux de produits s'est aussi accompagnée d'une croissance rapide des mouvements de capitaux et, en moindre mesure, de transferts de technologies. Les possibilités de mouvement de la main d'œuvre n'ont, pour leur part, pas suivi la même tendance du fait de l'instauration de contraintes de plus en plus fortes limitant la liberté de déplacement des travailleurs.

Le commerce entre les pays en développement reste relativement faible et, bien qu'il ait augmenté, ne représente qu'une petite partie du commerce mondial.

Même si, au cours des années 70 et 90, le commerce extérieur a augmenté plus vite dans les pays en développement que dans les pays développés, la part des pays développés constitue encore la majeure partie des échanges internationaux. Les entreprises transnationales ont eu un rôle particulièrement actif dans les échanges internationaux et ont donc une importance croissante. Pour 1998, on estime qu'elles participent à 40 pour cent des échanges mondiaux¹.

¹<http://www.fao.org/3/X7352F/x7352f01.htm> Consulter le 15/04/2021 à 15h02.

**CHAPITRE II: L'ÉCONOMIE
ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE
ET DIVERSIFICATION**

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

L'économie algérienne demeure très fortement dépendante de la rente des hydrocarbures, qui représentent la principale source de revenus du pays. Cependant depuis plusieurs années différentes politiques ont été adoptées afin de diversifier l'économie nationale. Des politiques qui ont été soutenues par différentes mesures en faveur des producteurs et industrie locale.

Dans notre chapitre nous allons faire un historique sur les différentes politiques économiques algériennes depuis l'indépendance. Ensuite dans une deuxième section nous allons présenter les différentes mesures adoptées durant les dernières années dans le but de diversifier l'économie nationale. Et enfin nous allons terminer par une présentation des différents organismes et label qui participe à la promotion de la production locale.

SECTION 01 : Historique sur l'économie Algérienne

Depuis son indépendance l'Algérie a eu différentes politiques économiques afin de relance son économie. Mais depuis 2000 différents programmes quinquennaux qui se compléter ont été mis en place dans le but de diversifier l'économie nationale.

1.1 Historique sur l'économie nationale :

Nous avons tracé un historique sur l'économie nationale sur la base de quatre grandes périodes qui sont développées ci-après.

1.1.1 Économie Algérienne 1962-2000 :

Depuis 1962, l'Algérie à adopter un système socialiste, et en 1971 elle a réussi à nationaliser les hydrocarbures qui été partager avec la France, ces dernières qui seront à la fois une source de richesse et de dépendance. Mais aussi ont créé plusieurs autres activités telles que les entreprises minières, les industries de cimenterie, métallurgie, secteur bancaire... etc.

Cependant L'Algérie a suivi une stratégie d'industrie industrialisant et a pu créer plusieurs industries au détriment de l'agriculture, néanmoins différentes politiques économiques ont été adoptées, ce qui a conduit à différente réforme, qui se sont suivi d'unesituation économique catastrophique, causée par les différentes politiques économiques sans lien entre elles.

Durant l'été 1993, le pétrole a chuté et une politique d'austérité a été adoptée et l'état de destruction avancée de l'économie algérienne due à l'endettement étouffant, l'Algérie a été contraint de solliciter le concours du FMI dans le but de rééchelonner une partie de la dette publique arrivée à échéance. En 1994 un accord de stabilisation économique a été signé avec les institutions internationales (FMI-BIRD) et les gouvernements occidentaux des pays créanciers et le Club de Paris. Un accord indispensable pour améliorer l'état de la balance des paiements.

Un an plus tard un autre accord de 3 ans, dit plan d'ajustement structurel (PAS). A été mis en œuvre en accord avec le FMI, qui rentre dans le cadre des transformations profondes de l'économie algérienne, et qui avait pour objectif de libéraliser le commerce extérieur et les prix, ainsi que la dévaluation de la monnaie et le contrôle de la croissance des salaires, la restructuration des entreprises publiques et leurs privatisations, la réduction du déficit

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

budgétaire, donc des dépenses publiques. Et la réduction et l'élimination des subventions de l'État aux entreprises déficitaires. Ainsi qu'une réforme du système fiscal, douanier, commercial et des institutions bancaires et financières et l'instauration de la convertibilité interne du Dinar dans un premier temps¹.

À partir de ce moment, une certaine aisance financière a été enregistrée (avec l'importance démesurée des hydrocarbures dans la balance des paiements). Cependant, face au plan de redressement du FMI, le gouvernement « met en avant l'état de guerre pour justifier à l'extérieur l'absence de réformes structurelles internes, politiquement hasardeuses. La chute brutale du prix du brut en 1998 et la récession généralisée qui s'en est suivie ont affaibli la balance commerciale, mais les réserves accumulées ont permis à l'économie algérienne de compenser les pertes jusqu'à la reprise en 2000².

En 1999 l'Algérie entre dans un nouveau cycle et lance différents plans en faveur de l'économie nationale.

1.1.2 Plan de soutien à la relance économique (PSRE) :

Lancé en 2001, et doté d'une enveloppe globale de 525 milliards de dinars (de 7 milliards de dollars US). Qui a été répartie comme suit : 155 milliards de dinars pour l'amélioration des conditions de vie. 124 milliards pour le maillage infrastructural. 74 milliards pour les activités productives. 20 milliards pour la protection de l'environnement, 76 milliards pour les ressources humaines et la protection sociale et 29 milliards pour l'infrastructure administrative³.

L'Etat visait à travers ce plan à répondre aux énormes besoins d'une économie en pleine transformation, et relancer la croissance et à opérer un décollage effectif en lui insufflant une nouvelle dynamique. Des mesures incitatives ont été prises pour stimuler et encourager l'investissement national à travers la promotion des PME. Pour ce plan on pouvait retenir les axes suivants :

- ✓ Soutien aux activités productives (agriculture, pêche, ressources en eau....).
- ✓ Développement local et humain (emploi, condition de vie).
- ✓ Renforcement des services publics et l'amélioration des conditions de vie.

Il est clair que l'injection massive de l'argent public doit être accompagnée par des réformes institutionnelles. Dans ce sens, plusieurs mesures ont été entreprises pour le renforcement et la promotion des conditions d'instauration d'un environnement favorable à l'application des mécanismes du marché.

Cependant un rapport de la banque mondiale a fourni une évaluation à mi-parcours et il a montré que ce programme a des insuffisances en matière d'exécution des projets. Et parmi les manques importants observés, on peut citer : l'existence d'un décalage entre la planification budgétaire, et les priorités sectorielles. Des écarts considérables entre les budgets

¹ Revue sciences humaines, Programme d'ajustement structurel et résultats socio-économiques en Algérie, n°18, décembre 2002, page4

² Grégoire DELHAYE et Loïc Le Pape, « Les transformations économiques en Algérie », Journal des anthropologues, 96-97 | 2004, 177-194

³ Seddiki MALIKA, Investissements publics et Gouvernance en Algérie : Quelle Relation ? Faculté des Sciences économiques, Sciences commerciales et Sciences de Gestion Université Alger 3. page11

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

d'investissement approuvés, et les budgets exécutés, et de longs retards et des surcoûts pendant l'exécution des projets, ce qui témoigne de la faiblesse de la capacité d'exécution des organismes d'exécution due à la lourdeur des procédures qui empêchent la clôture rapide de la période de fin d'exercice pour l'arrêt du budget, en fait ce résultat découle de l'urgence qui a accompagné la préparation des projets.

Ce même un rapport a démontré que le PSRE avait un impact modeste sur la croissance, les emplois créés dans le cadre des projets PSRE étaient temporaires, et les importations (plus particulièrement celles liées aux projets dans les secteurs du transport et des travaux publics) augmenteront plus rapidement que les exportations,

Enfin la banque mondiale a fait une analyse des coûts et on démontrerait que les projets sélectionnés dans le cadre du PSRE étaient extrêmement coûteux¹.

1.1.3 Plan complémentaire de soutien à la croissance (PCSC) 2005-2009

Le programme complémentaire de soutien à la relance économique couvrant la période 2005 - 2009 place le secteur des infrastructures de base comme première priorité avec un montant de 1693 milliards dinars.

Les transports, avec les chantiers des chemins de fer, du métro d'Alger et des ports et exports, bénéficient d'un crédit de 700 milliards de dinars. En seconde position, vient le secteur des travaux publics doté d'un montant de 600 milliards de dinars.

Le secteur de l'habitat et de l'urbanisme, intégré dans le programme de l'amélioration de condition de vie de la population, occupe la troisième place avec 555 milliards de dinars qui seront investis dans la construction de 1 010 000 logements.

Ainsi, il est prévu la réalisation de 275 000 unités rurales, 251 000 logements sociaux participatifs, 175000 unités dans le cadre de la promotion de l'immobilier, 145 000 dans l'auto construction, 120 000 logements sociaux locatifs et enfin 80 000 logements AADL.

Les infrastructures hydrauliques viennent en 4ème position avec 393 milliards de dinars qui seront consacrées, entre autres à la construction de 8 barrages et à la réalisation de 350 retenus collinaires.

Le secteur de l'agriculture et de développement rural occupe, lui aussi, une bonne position avec 300 milliards de dinars.

L'éducation nationale semble être au centre des préoccupations du président de la République puisqu'elle bénéficie de 200 milliards de dinars. Au chapitre des secteurs pauvres, on trouve le commerce avec 2 milliards de dinars et le secteur tourisme avec pas plus de 3.2 milliards de dinars.

Le secteur de la PME et de l'artisanat n'a bénéficié que de 4 milliards de dinars².

¹ Revue des dépenses publiques, à la recherche d'un investissement public de qualité, Document de la Banque mondiale, Volume I, Rapport N° 36270 – DZ, 15 août 2007, page4.

²Journal ELWATAN, lundi 11 avril 2005

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

Après une décennie noire qui a vu le pays tombant dans une incertitude totale, obligeant les pouvoirs publics à procéder à plusieurs programmes d'ajustement structurels (PAS) sous l'égide du FMI. En suite l'Algérie a mis en place deux plans de soutien à la Relance Economique (2001-2004- / 2005- 2009) dans le contexte suivant.

Notre pays vivait une situation paradoxale, caractérisée d'un côté par de bons indicateurs macro-économiques et de l'autre par un taux de croissance insuffisant et des conditions sociales des populations difficiles.

L'Algérie a renforcé d'une manière soutenue, la stabilité macro-économique ces dernières années tout en réalisant une forte croissance (5,7% en 2005). La maîtrise de l'inflation ainsi que la position financière extérieure solide et la viabilité des finances publiques en témoignent.

La forte position financière extérieure de notre pays reflétée par l'accumulation soutenue des réserves officielles de change (62 milliards \$ en février 2006).

La stabilité monétaire est également reflétée par le faible niveau de l'inflation des prix en 2005 (1,6 % en moyenne annuelle) et le taux de croissance de la masse monétaire a reculé à 10,9% en 2005.

Au regard de ces indicateurs, la situation des pays au plan macro-économique était satisfaisante. Il faut cependant relever que malgré la conjoncture pétrolière favorable, la croissance moyenne de 3% reste nettement insuffisante pour répondre aux besoins pressants de la population, notamment en matière d'emploi.

Ce taux de croissance, lié aux faibles performances des secteurs productifs, est aggravé par l'extension de plus en plus du champ des activités informelles et spéculatives et la stagnation dans le même temps des investissements que les dispositifs législatifs de 1993 et 2001 avaient vocation de favoriser. La situation sécuritaire, les procédures administratives et les comportements bureaucratiques ont constitué autant d'obstacles au développement des investissements. Parallèlement se réalise l'accumulation des besoins non satisfaits, notamment en matière d'emploi, de logements et d'équipement socio-collectifs et de cadre de vie.

Comme il est noté dans le programme du gouvernement (2005 - 2009) , les performances n'ont pas permis pour autant de répondre aux aspirations légitimes de la population algérienne que sont le relèvement du niveau de vie, d'emploi stable et la sécurité économique ; ni de réunir toutes les conditions à la mise en place d'un processus d'investissement et de création durable de richesse et d'emploi.

Malgré les efforts d'assainissement des entreprises publiques, la stagnation économique a induit des compressions d'effectifs et une régression sociale amplifiée par les effets du terrorisme tels que les destructions d'infrastructure, les tensions constantes et les mouvements de population qui en résulte. Cette stagnation économique a eu un impact négatif sur le revenu des ménages entraînant de ce fait la détérioration de leur pouvoir d'achat et de leur condition de vie. Une telle situation ouvre le champ à la pauvreté et constitue une source plus grande d'inégalité sociale¹

¹<https://www.memoireonline.com/06/08/1173/evaluation-retombees-plan-complementaire-soutien-croissance-eco-2005-2008-algerie.html> Consulter le 17/04/2021 à 18h33.

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

1.1.4 Plan de développement quinquennal 2009-2014

Ce plan quinquennal 2010-2014 se distingue par son volume exceptionnel et par sa planification, il se distingue aussi et surtout par la volonté ferme de conforter la croissance, approfondir la diversification et la compétitivité de l'économie nationale, et mieux préparer sa pleine insertion dans l'économie mondiale.

Le programme d'investissements publics retenu pour la période allant de 2010 à 2014 implique des engagements financiers de l'ordre de 21.214 milliards de dinars (286 milliards de dollars) et concerne deux volets à savoir : le parachèvement des grands projets déjà entamés, pour un montant de 9.700 milliards de dinars, et l'engagement de projets nouveaux pour un montant de 11.534 milliards de dinars.

La répartition du budget globale s'est effectuée comme suit :

A- Développement humain :

- près de 5.000 établissements de l'Éducation
- plus de 1.500 infrastructures de santé
- le raccordement d'un million de foyers au réseau du gaz naturel et l'alimentation de 220.000 foyers ruraux en électricité et l'amélioration de l'alimentation en eau potable, notamment, avec la réalisation de barrages et de systèmes de transfert d'eau,
- plus de 5.000 infrastructures pour la jeunesse et les sports.
- Infrastructures de base et service public :
 - plus de 3.100 milliards de dinars destinés au secteur des Travaux publics pour poursuivre l'extension et la modernisation du réseau routier, et l'augmentation des capacités portuaires, et plus de 2.800 milliards de dinars réservés au secteur des Transports en vue de moderniser et d'étendre le réseau de chemin de fer, d'améliorer le transport urbain
 - près de 1.800 milliard de dinars pour l'amélioration des moyens et des prestations des Collectivités locales, du secteur judiciaire, et des administrations de régulation fiscale, commerciale et du travail.
- Appui au développement de l'économie :
 - plus de 1.000 milliards de dinars affectés au soutien au développement agricole
 - près de 150 milliards de dinars à la promotion de la petite et moyenne entreprise, à travers la réalisation de zones industrielles, le soutien public à la mise à niveau ainsi que la bonification de crédits bancaires.

B- Développement industriel :

- 2.000 milliards de dinars pour la réalisation de nouvelles centrales électriques, le développement de l'industrie pétrochimique et la modernisation des entreprises publiques.

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

- 350 milliards de dinars, pour la formation professionnelle, et soutenir la création de micro entreprises et financer les dispositifs d'emploi

C- Économie de la connaissance :

- 250 milliards de dinars au développement de l'économie de la connaissance à travers le soutien à la recherche scientifique et la généralisation de l'enseignement et de l'usage des nouvelles technologies de l'information dans tout le système national d'enseignement et dans le service public¹
- Cette cadence des investissements publics a pour but de pousser à fond le changement structurel de sorte à sortir le pays de la dépendance du pétrole pour bâtir une économie productive et diversifiée garante de l'avenir des générations futures.

L'activité économique est restée dynamique en 2014, tirée par la croissance hors hydrocarbures qui été estimée à 5.6 %, quoi qu'à un rythme en recul par rapport à 2013 estimée à 7.1 %², en situation de creusement du déficit budgétaire. Aussi, la vulnérabilité des finances publiques à la volatilité des prix des hydrocarbures est plus marquée en 2014, la marge de manœuvre de la sphère budgétaire dans l'allocation des ressources à la croissance s'est amoindrie. Par ailleurs, la forte expansion des crédits à l'économie, appuyée par des conditions financières plus favorables et des mesures de soutien aux PME, contribue à la relance de l'investissement productif et au dynamisme de l'activité économique hors hydrocarbures.

Cependant on remarque un ralentissement du secteur industriel, mais reste significatif et légèrement supérieur à la croissance moyenne. Relativement à 2012 celui-ci contribue le moins à la croissance : 6,6 % à celle de la valeur ajoutée et 4,6 % à celle du PIB hors hydrocarbures³.

1.2 L'évolution de la balance commerciale Algérienne :

1.2.1 Tendances générales :

Le commerce extérieur des marchandises a enregistré au cours du premier trimestre de l'année 2020 ce qui suit :

- ✓ Un volume global des importations de 9,12 milliards USD, soit un recul de 19,52 % par rapport aux résultats de la même période de l'année précédente.
- ✓ Un volume global des exportations de 7,62 milliards USD, soit une baisse de l'ordre de 24,89 % par rapport aux résultats de la même période de l'année 2019.
- ✓ Un déficit de la balance commerciale de l'ordre de 1,50 milliard USD.

Ces résultats dégagent un taux de couverture des importations par les exportations de l'ordre de 83,50 % durant le premier trimestre de l'année 2020, contre un taux de 89,48 % pour la même période en 2019. (Cf. Tableau N°01-02)⁴ ;

¹ Ministère de l'industrie et la promotion de la PME, Revue n°1, janvier 2011, PP 10-11.47.

² Rapport du FMI, n°16/127, mai 2016, page4

³ Rapport de la banque central, évolutions économiques et monétaires en Algérie, 2014, page4

⁴ STATISTIQUES DU COMMERCE EXTERIEUR DE L'ALGERIE (Période : Premier trimestre de l'année 2020 « Direction des Etudes et de la Prospective », page4

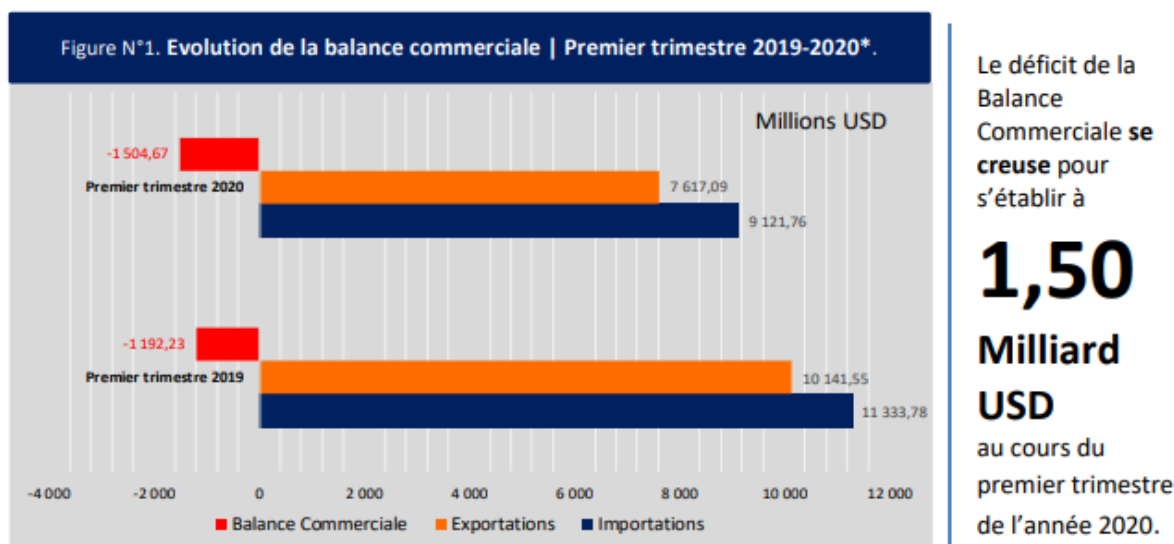
CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

Tableau N° 01-02 : Evolution de la balance commerciale

	Unité : en millions							
	Premier trimestre 2019**			Premier trimestre 2020*			Evolution (%)	
	Nombre de déclarations en douane	DZD	USD	Nombre de déclarations en douane	DZD	USD	DZD	USD
Importations	77 545	1 344 543,21	11 333,78	67 591	1 099 298,34	9 121,76	-18,24	-19,52
<i>Dont : Part des OEA</i>	13 581	398 908,55	3 362,59	5 336	118 174,52	980,59	-70,38	-70,84
Exportations	5 488	1 202 952,48	10 141,55	4 589	917 850,32	7 617,09	-23,70	-24,89
<i>Dont : Part des OEA</i>	1 278	23 245,73	195,97	432	3 767,47	31,27	-83,79	-84,05
Balance Commerciale		-141 590,73	-1 192,23		-181 448,02	-1 504,67	28,15	26,21
Taux de Couverture (%)	89,48			83,50			(*) Résultats provisoires (**) Montants consolidés	

Source : STATISTIQUES DU COMMERCE EXTERIEUR DE L'ALGERIE (Période : Premier trimestre de l'année 2020 « Direction des Etudes et de la Prospective »)

Figure N° 01-02 : Evolution de la balance commerciale – Premier trimestre 2019-2020-



Source : STATISTIQUES DU COMMERCE EXTERIEUR DE L'ALGERIE (Période : Premier trimestre de l'année 2020 « Direction des Etudes et de la Prospective »)

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

Tableau N°02-02 : Soldes commerciaux par Groupes d'Utilisation (Période : Premier trimestre 2019-2020).

Unité : millions USD

GROUPES D'UTILISATION		IMPORTATIONS						EXPORTATIONS						Solde BC Premier trimestre 2019	Solde BC Premier trimestre 2020*
		Premier trimestre 2019		Premier trimestre 2020*		Variation en valeur	Variation en %	Premier trimestre 2019		Premier trimestre 2020*		Variation en valeur	Variation en %		
		USD	Structure (%)	USD	Structure (%)			USD	Structure (%)	USD	Structure (%)				
Code GU	Intitulé GU														
1	Biens Alimentaires	1 925,02	16,98	1 936,46	21,23	11,44	0,59	111,72	1,10	111,48	1,46	-0,24	-0,21	-1 813,30	-1 824,98
2	Energie et Lubrifiants	165,56	1,46	465,46	5,10	299,90	181,14	9 483,51	93,51	7 038,39	92,40	2 445,12	-25,78	9 317,95	6 572,93
3 et 4	Produits Bruts	522,18	4,61	586,80	6,43	64,62	12,38	26,46	0,26	15,28	0,20	-11,17	-42,23	-495,72	-571,52
5	Demi-Produits	2 905,93	25,64	1 940,10	21,27	-965,84	-33,24	481,47	4,75	433,57	5,69	-47,90	-9,95	-2 424,46	-1 506,53
6	Biens d'Équipements Agricoles	123,64	1,09	62,35	0,68	-61,30	-49,58	0,17	0,00	0,01	0,00	-0,16	-96,21	-123,47	-62,34
7	Biens d'Équipements Industriels	4 119,17	36,34	2 688,89	29,48	-1 430,28	-34,72	29,02	0,29	11,19	0,15	-17,82	-61,42	-4 090,16	-2 677,70
8 et 9	Biens de Consommation (non-alimentaires)	1 572,27	13,87	1 441,70	15,81	-130,56	-8,30	9,21	0,09	7,16	0,09	-2,05	-22,24	-1 563,06	-1 434,54
Total		11 333,78	100%	9 121,76	100%	-2 212,02	-19,52	10 141,55	100%	7 617,09	100%	-2 524,46	-24,89	-1 192,23	-1 504,67

Source : STATISTIQUES DU COMMERCE EXTERIEUR DE L'ALGERIE (Période : Premier trimestre de l'année 2020 « Direction des Etudes et de la Prospective »)

Bien que le Groupe d'Utilisation « biens d'équipements industriels » qui représente près de 29,50 % de la facture des importations globales, ait connu une baisse substantielle de 34,72 % (soit un repli de 1,43 milliard USD) durant le premier trimestre de l'année 2020, le déficit enregistré, durant cette même période, se creuse de 26,21 % pour atteindre 1,50 milliard USD contre 1,19 milliard USD enregistré durant le premier trimestre de l'année 2019 et ce,

Du fait de la dégradation des exportations des hydrocarbures de l'ordre de 25,78 %, soit un recul de 2,45 milliards USD d'une part et de la détérioration des exportations du Groupe d'Utilisation « demi-produits » avec un taux de 9,95 %, correspondant à une valeur de 47,90 millions USD d'autre part. (Cf. Tableau N°02-02)

Figure N° 02-02 : Taux de change moyen appliqué pour les statistiques du commerce extérieur pour la cotation USD/DZD au cours du premier trimestre des années 2019-2020

	Cours acheteur (CA)	Cours vendeur (CV)
Premier trimestre 2019	118,6162	118,6315
Premier trimestre 2020	120,4988	120,5138

Source : Rapport de la Banque d'Algérie.

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

1.2.2 Usage des incoterms dans les opérations du commerce extérieur :

Le tableau N°03-02 ci-dessous, met en exergue le niveau d'utilisation des différents incoterms dans les opérations du commerce extérieur au titre du premier trimestre des années 2019 – 2020.

Les flux commerciaux au cours de la période considérée ont été dominés par l'usage des incoterms type de vente « Départ », notamment FOB et CFR (CCI – V.2000 et V.2010), en comptant un total de 71 643 utilisations durant le premier trimestre de l'année 2020, soit 99,26 % du total, contre 81 291 utilisations durant le premier trimestre de l'année 2019, représentant près de 98 % du total.

Il est à noter que les incoterms EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP et DDP n'ont pas été utilisés durant le premier trimestre de l'année 2020.

Les opérations d'importations sont dominées par l'incoterm FOB (42 995 utilisations au cours du premier trimestre de l'année 2020, soit 63,61 % du total, contre 44 280 utilisations durant le premier trimestre de l'année 2019, ce qui représente 57,10 % du total), pendant que les opérations d'exportations sont dominées par l'incoterm CFR (2 681 utilisations au cours du premier trimestre de l'année 2020, soit 58,42 % du total, contre 3 197 utilisations durant le premier trimestre de l'année 2019, représentant 58,25 % du total)¹

Tableau N°03-02 : Echanges extérieurs de l'Algérie par Groupes d'Utilisation | Premier trimestre de l'année 2020.

Unité : en nombre.

Incoterms	Premier trimestre 2019					Premier trimestre 2020*				
	A l'export	Part des OEA	A l'import	Part des OEA	Total	A l'export	Part des OEA	A l'import	Part des OEA	Total
EXW	5		76	28	81					
FCA	11	10	84	40	95					
FAS										
FOB	1 929	352	44 280	7 114	46 209	1 698	103	42 995	3 230	44 693
CFR	3 197	872	31 885	6 099	35 082	2 681	316	24 269	2 093	26 950
CIF	83	7	77	1	160	39		50	1	89
CPT	7	1	722	245	729					
CIP			8	2	8					
DAF	118	24	318	23	436	151	13	266	12	417
DES	77	5	14	3	91	20		11		31
DAT	1		9		10					
DAP	60	7	46	25	106					
DDP			26	1	26					
TOTAL	5 488		77 545		83 033	4 589		67 591		72 180

N.B. Les autres incoterms, tels que FAS, DEQ, DDU (CCI – V.2000 et V.2010), n'ont pas été utilisés.

Source : STATISTIQUES DU COMMERCE EXTERIEUR DE L'ALGERIE (Période : Premier trimestre de l'année 2020 « Direction des Etudes et de la Prospective »)

¹ STATISTIQUES DU COMMERCE EXTERIEUR DE L'ALGERIE (Période : Premier trimestre de l'année 2020 « Direction des Etudes et de la Prospective », OPCIT, page7

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

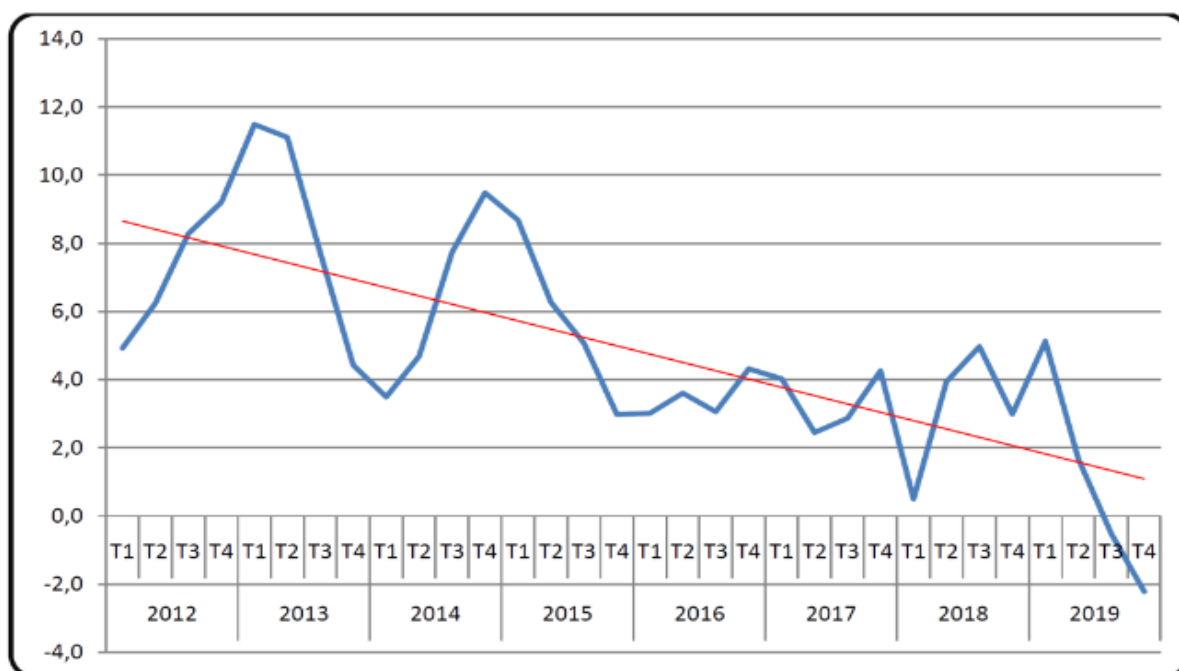
1.3 L'impact de la crise du COVID-19 sur l'économie algérienne :

1.3.1 Etat actuel de l'Economie Algérienne :

L'économie Algérienne a une croissance essentiellement tirée par les hydrocarbures et l'investissement public. Les effets de la crise économique engendrée par la COVID-19 sur les prix du pétrole permettent d'utiliser celui-ci comme variable instrumentale pour comprendre l'effet sur l'économie sans risque de se tromper du fait de la part que représentent les hydrocarbures dans les exportations (98%), dans les recettes fiscales (60%) et dans le PIB (19%). De toutes les matières premières cotées en bourse, le pétrole est celui qui subit le plus l'effet du COVID-19.

Avant même l'arrivée du virus en Algérie, la croissance faiblissante du PIB (1% en 2019 contre 1.4% en 2018)¹, s'expliquait déjà par l'évolution négative de la production et des prix des hydrocarbures, ainsi que par la faiblesse de diversification de l'économie algérienne. Un ralentissement de la croissance a été enregistré même dans les secteurs hors hydrocarbures puisque la croissance hors hydrocarbures est passée de 3,3% en 2018 à 2,6 % en 2019. Un ralentissement est enregistré dans les secteurs du Bâtiment, Travaux Publics et Habitat (BTPH), de l'agriculture et du commerce. Cette tendance est structurelle pour beaucoup de variables comme par exemple la croissance de l'investissement public et privé, dont l'évolution décrite par le graphique ci-dessous (ONS) montre une baisse nette depuis 2012 et négative en 2019.

Figure N°03-02 : Evolution du taux de croissance(%) de la Formation Brute de Capital Fixe



Source : ONS Comptes Nationaux 2019

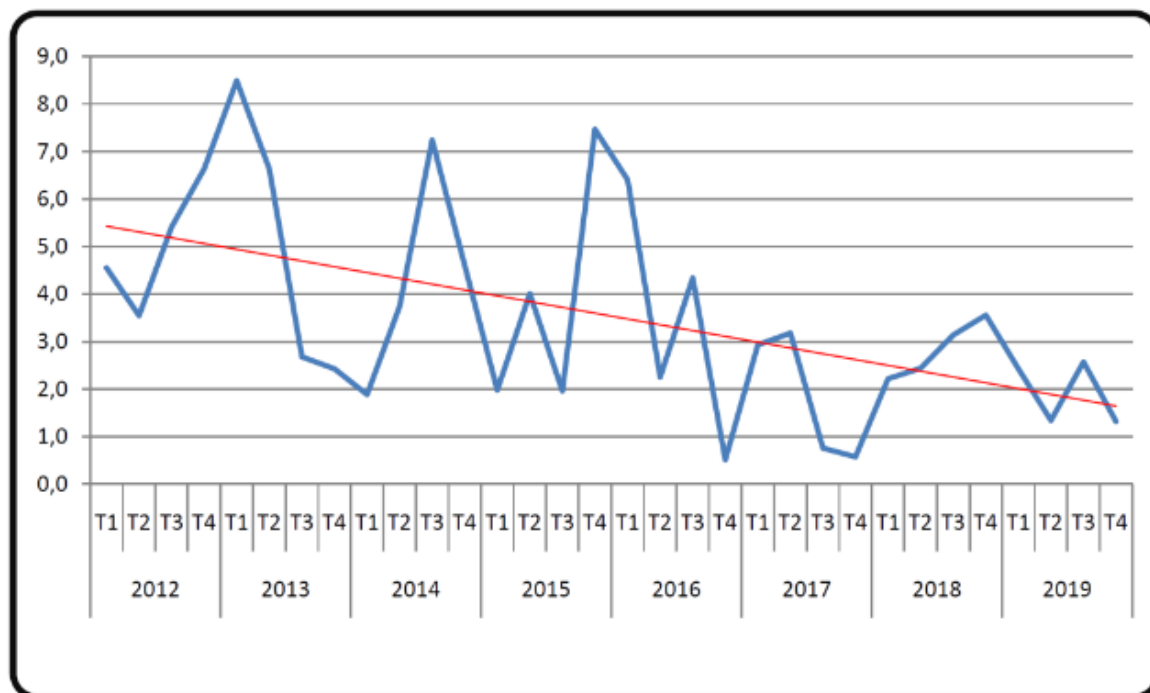
Du côté de la demande également, la croissance de la consommation privée a baissé de plus de moitié entre 2012 et 2019 car fortement impactée par la volatilité du prix du

¹Economist Intelligence Unit, <https://www.eiu.com/n/> Consulter le 18/04/2021 à 10h44.

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

pétrole, le ralentissement des importations y afférentes et l'incertitude politique qui a caractérisé 2019. La figure N°03-02 illustre le ralentissement de la consommation des ménages dans le temps. La combinaison des deux graphes montre le ralentissement structurel de la croissance de la demande en Algérie avant même la crise COVID 19.

Figure N°04-02 : Evolution du taux de croissance (%) de la Consommation Finale des Ménages



Source : ONS Comptes Nationaux 2019.

Au niveau des équilibres externes, les importations ont décliné en 2019 de 9.5% par rapport à 2018 et représentent 24.3% du PIB en 2019¹. Ceci s'explique en grande partie par la réduction de la consommation privée expliquée plus haut, mais également par des restrictions drastiques de certaines importations (véhicules, produits électroniques notamment). Il convient à cet effet de rappeler que l'Algérie est un importateur net de produits alimentaires, le blé importé représentant 77% (selon le PAM) de la consommation totale du pays générant ainsi une certaine vulnérabilité aux chocs d'approvisionnement des principaux pays exportateurs ainsi qu'aux flambées des prix des denrées alimentaires.

Le déficit de la balance des opérations courantes est estimé à -10,2% du PIB et a été compensé exclusivement par un tirage sur les réserves de change qui sont estimées à 62 milliards de dollars au début Février 2020, selon l'Economist Intelligence Unit (couvrant 13 mois d'importations) contre \$195 milliards en 2013.

¹Rapport de la banque Mondiale, <https://www.banquemondiale.org/fr/country/algeria> Consulter le 18/04/2021 à 12h01.

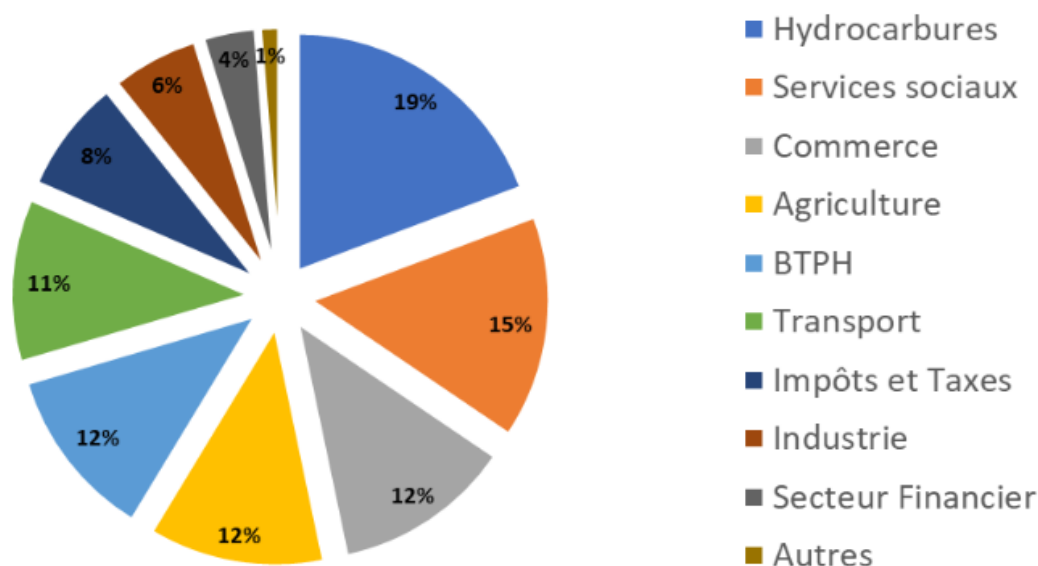
CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

Sur la base du Plan d'Action du Gouvernement, le déficit budgétaire a augmenté de 9.7% du PIB en 2018 à 11.5% en 2019 malgré une augmentation de la fiscalité pétrolière et une stabilité de la fiscalité ordinaire.

Ce déficit a été financé en majeure partie par les banques publiques et plus de 70% de la dette publique est due à la Banque d'Algérie, avec un financement externe quasi-négligeable. La dette publique représente en fin 2019 45.8% du PIB contre 37% en 2018. L'inflation est modérée à 2.7% en 2019 grâce à la stabilité des prix des produits alimentaires, du transport, de l'immobilier et des communications. Le chômage est estimé à 11.9% en 2019 avec une composante majeure de femmes (20.4% et de jeunes 26.9%) selon l'ONS. Il n'y a pas de valeur de départ de référence de la pauvreté et les plus récentes estimations remontent à 2011 (ONS) et montrent que 5.5% des Algériens vivaient en deçà du seuil de pauvreté (avec moins de 3.6 USD par jour) avec une concentration particulière au niveau du Sahara (11%) et des steppes (16.5%).

L'indice de développement humain quant à lui affiche (dernier rapport de développement humain du PNUD) un excellent classement au niveau africain (2^{ème} derrière les Seychelles) notamment de par les efforts constants de l'Algérie en matière de santé et d'éducation. Les secteurs les plus importants pour l'économie algérienne sont: les hydrocarbures (19% du PIB), l'agriculture et le commerce (chacun 12% du PIB) et le BTP et le transport (chacun 11%), avec une contribution assez faible de l'industrie au PIB (6%). La répartition sectorielle du PIB est résumée dans le graphique suivant ¹:

Figure N°05-02 : Répartition Sectorielle du PIB 2019



Source : le Système des Nations Unies en Algérie en collaboration avec le Bureau Maghreb de la Commission Economique pour l'Afrique

¹ ANALYSE RAPIDE DE L'IMPACT SOCIO-ECONOMIQUE DU COVID-19 SUR L'ALGERIE Préparé par le Système des Nations Unies en Algérie En collaboration avec le Bureau Maghreb de la Commission Economique pour l'Afrique, page 7

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

1.3.2 Impact sur les variables macroéconomiques

la croissance économique est située en 2020 entre -4,48% (avec un baril à 35\$ et une réduction de l'investissement public de 10%) et -5,70% (avec un baril à 30\$ et une réduction de l'investissement public de 30%) et ceci en fonction de l'évolution des prix du pétrole et du niveau d'investissement public dont les résultats d'un choc combiné sont présentés dans la matrice suivante. Il convient de noter que ces variables sont interchangeables, donc la baisse de l'un et la hausse de l'autre peuvent conduire au même résultat.

Tableau N° 04-02 : Croissance de la demande et de la consommation en 2020

Croissance de la demande et de la consommation en 2020	
Demande mondiale basée sur prévision FMI	-7,71%
Consommation privée*	-0,72%
Consommation publique	-1,60%

Source : le Système des Nations Unies en Algérie en collaboration avec le Bureau Maghreb de la Commission Economique pour l'Afrique

Tableau N° 05-02 : Taux de croissance du PIB en 2020

Taux de croissance du PIB en 2020			
Brent			
Investissement public	-10%	-20%	-30%
35 USD	-4,48%	-5,00%	-5,60%
30 USD	-4,55%	-5,10%	-5,70%

Source : le Système des Nations Unies en Algérie en collaboration avec le Bureau Maghreb de la Commission Economique pour l'Afrique

Le modèle est construit à partir des prévisions de demande et consommation mondiales (privée et publique) puis simule la réaction de l'économie à partir d'un double choc: un sur les prix du baril et un second sur la baisse de l'investissement public. Ce sont ces deux variables qui ont été choisies car ce sont celles qui tirent la croissance de l'Algérie et qui ont immédiatement réagi au choc du Covid-19. Le modèle relatif à l'emploi est une Loi d'Okun bien connue pour sa robustesse et qui est présentée également en annexe). Ce taux de croissance estimé avoisine les estimations du FMI qui prévoit une baisse de -5,2% pour le PIB réel (contre 2.4% initialement anticipé, soit une correction de -6,8%).

Le rebond en 2021 est prévu à +6,2% selon le FMI, grâce à une forte croissance prévue dans le secteur des hydrocarbures (en repli de -18% en 2020 selon le FMI). Ceci montre la grande dépendance de l'Algérie au prix du baril et une relance relativement faible car la croissance nette sur 2020-2021 sera à peine de 1% et lorsqu'elle est rapportée à la croissance démographique (croissance réelle par habitant) la croissance devient négative. Selon le FMI, la croissance économique devrait en outre être affectée par une

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

baisse de la consommation et de l'investissement, tant privé que public (baisse de 20% des dépenses d'équipement entérinée dans la loi de finances 2020).

Enconséquence, la croissance hors-hydrocarbures pourrait également chuter à -2,3% selon le FMI¹.

1.3.3 Impact sur l'emploi et les entreprises :

Les mesures de confinement touchent tous les secteurs de l'économie mais à des degrés d'impact différents. Les entreprises font face à des pertes substantielles qui menacent leur fonctionnement et leur solvabilité, notamment les petites entreprises et une grande partie de travailleurs risquant d'être exposée à des pertes de revenus et à perdre leur travail. Les conséquences sur les activités génératrices de revenus sont particulièrement sévères pour les travailleurs sans protection sociale ou les travailleurs journaliers ainsi que pour les personnes les plus vulnérables au sein de l'économie informelle qui représenterait 46% de l'économie algérienne (selon l'ONS en 2012).

Le nombre final de pertes annuelles d'emplois en 2020 dépendra de manière décisive de l'évolution de la pandémie et des mesures prises pour en limiter l'impact et en particulier la durée du confinement. Il est donc difficile aujourd'hui d'avancer un chiffre. Selon les résultats, le taux de chômage se situerait autour de 15%. Cette estimation coïncide également avec les estimations provisoires du FMI : (voir tableaux suivants)

Tableau N° 06-02 : Prévion de l'emploi

Emploi en % (variation)			
Brent\Investissement public	-10%	-20%	-30%
35 USD	-2,97%	-3,39%	-3,87%
30 USD	-3,02%	-3,47%	-3,95%
Emploi en milliers (variation)			
Brent\Investissement public	-10%	-20%	-30%
35 USD	-327,64	-372,82	-424,71
30 USD	-333,74	-381,49	-433,34

Source : le Système des Nations Unies en Algérie en collaboration avec le Bureau Maghreb de la Commission Economique pour l'Afrique.

¹ANALYSE RAPIDE DE L'IMPACT SOCIO-ECONOMIQUE DU COVID-19 SUR L'ALGERIE Préparé par le Système des Nations Unies en Algérie En collaboration avec le Bureau Maghreb de la Commission Economique pour l'Afrique, OPCIT, page10

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

Tableau N° 07-02 : Prédiction de taux de chômage

Chômage (variation)			
Brent\Investissement public	-10%	-20%	-30%
35 USD	3,08	3,36	3,68
30 USD	3,12	3,41	3,73
Chômage (taux de) en %			
Brent\Investissement public	-10%	-20%	-30%
35 USD	14,96	15,24	15,56
30 USD	15,00	15,30	15,62

Source : le Système des Nations Unies en Algérie en collaboration avec le Bureau Maghreb de la Commission Economique pour l'Afrique.

En l'absence d'enquêtes d'entreprises, il est possible d'identifier les secteurs les plus touchés par les destructions d'emplois, la réduction de temps de travail, la baisse de production et le déplacement des effectifs liés au COVID-19 en transposant les tendances d'impact sectoriel de la crise du COVID-19 dans le monde sur l'économie algérienne. Selon une étude mondiale du BIT, les secteurs les plus fortement touchés par la fermeture quasi totale ou la forte baisse de la demande pendant plusieurs mois sont les commerces de détail et les commerces en gros œuvrant dans les secteurs considérés non-essentiels, comme l'hôtellerie et la restauration. Plus de la moitié des travailleurs dans ces derniers secteurs sont des femmes (BIT)¹.

¹ ANALYSE RAPIDE DE L'IMPACT SOCIO-ECONOMIQUE DU COVID-19 SUR L'ALGERIE Préparé par le Système des Nations Unies en Algérie En collaboration avec le Bureau Maghreb de la Commission Economique pour l'Afrique, OPCIT, page 14

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

Tableau N° 08-02 : Impact du COVID 19 sur l'emploi mondial par secteur

Secteur économique	Impact actuel de la crise sur la production économique
Education	Faible
Domaine de la santé des personnes et de l'action sociale	Faible
Fonction publique et défense; sécurité sociale obligatoire	Faible
Services publics	Faible
Agriculture; forêts et pêche	Faible -Moyen*
Construction	Moyen
Activités financières et d'assurances	Moyen
Mines et extractions	Moyen
Arts, spectacles, loisirs et autres services	Moyen-Elevé*
Transports; stockage et communication	Moyen-Elevé*
Hôtellerie et restauration	Elevé
Immobilier; activités administratives et d'affaires	Elevé
Industrie manufacturière	Elevé
Commerce en gros et de détail, réparation automobile et de motos	Elevé

Source : le Système des Nations Unies en Algérie en collaboration avec le Bureau Maghreb de la Commission Economique pour l'Afrique

Le secteur manufacturier, bien que ne représentant que 6 % du PIB en 2019 en Algérie est sévèrement touché à cause notamment, de la fermeture temporaire des usines, du confinement des travailleurs et de la paralysie des chaînes d'approvisionnement aux plans national et international.

La demande est notamment réduite dans des industries essentielles comme l'automobile, le textile, l'habillement, le cuir et la chaussure à cause des mesures de quarantaine, des fermetures de magasins, des annulations de commandes et des baisses de salaire.

Ces secteurs sont talonnés de près par le transport de personnes, l'industrie des loisirs et le transport et stockage qui alimentent les chaînes d'approvisionnement, et ensuite le BTPH et les activités financières et d'assurances. L'agriculture, la fonction publique et les services publics semblent être les moins touchés par la perte d'emplois.

En revanche le commerce en ligne a bénéficié d'une demande croissante. S'agissant de l'agriculture, la crise du COVID-19 n'a pas affecté l'accès aux produits alimentaires ni la sécurité alimentaire qui continue de dépendre pour 70% (PAM) des importations de céréales et leurs chaînes d'approvisionnement. Il est clair qu'une plus forte production locale augmentera la résilience dans les secteurs stratégiques comme l'alimentaire et la nutrition par rapport aux

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

différents scénarios de crise dans un contexte de changements climatiques et protection des marchés locaux. Pour ce qui est de la taille des entreprises, ce sont les PME et les travailleurs à leur compte qui constituent les segments de l'économie les plus fragiles au choc du COVID-19. Ces derniers peuvent se trouver contraints à interrompre leur activité normale, voire de fermer leur commerce à cause de l'impossibilité d'assurer les coûts de fonctionnement. Selon des études de la Banque d'Algérie (2014) et de la Société Financière Internationale (2016) (les plus récentes disponibles), plus de 99% des entreprises algériennes seraient des PME d'après le critère du chiffre d'affaires. La vulnérabilité des PME aux chocs se situe notamment au niveau de l'accès au financement.

Il semble important également de souligner que la majeure partie des travailleurs touchés sont des travailleurs dans les emplois précaires ou ceux qui ont déjà des bas salaires et qui disposent d'un accès réduit à la protection sociale. Il faut aussi noter que la baisse de la croissance économique rendra l'insertion des jeunes et des femmes dans le marché du travail formel plus difficile. Or ce sont les groupes avec le taux de chômage le plus élevé (ONS).

SECTION 02 : Mesure de diversification de l'économie Algérienne

Au moment où s'exprime avec acuité la nécessité pour l'Algérie de s'engager résolument dans la diversification de son économie, des mesures volontaristes sont adoptées par les pouvoirs publics pour tenter de relocaliser les revenus issus de la rente pétrolière, revenus que la loi du 28 avril 2005 semblait vouloir faire échapper, selon la quasi-totalité des observateurs, au Trésor algérien.

2.1 Les mesures de diversifications :

Les économies fortement dépendantes des hydrocarbures, comme l'Algérie, présentent souvent la diversification économique comme une dimension essentielle de leurs politiques de développement car la dépendance des hydrocarbures est perçue comme porteuse de risque. Cependant, l'objectif de diversification hors des ressources naturelles, bien que réaffirmé unanimement depuis des décennies, est loin de se réaliser. En se référant à l'Algérie, on peut observer que des pays de la région, moins bien dotés en ressources naturelles, et donc en possibilité d'investissement dans la croissance et en capacités d'importations de biens d'équipement, réalisent des performances plus élevées en termes de diversification. L'industrie manufacturière algérienne est comparativement parmi les plus faibles, sa part dans le PIB est trois fois inférieure à la moyenne des pays non pétroliers de la région¹.

« Consommer algérien » est un défi de l'économie nationale, pour rompre avec la dépendance aux hydrocarbures et surtout promouvoir les exportations et réduire la facture d'importation. Le gouvernement a poursuivi l'effort de développement des infrastructures et la mise en place d'une politique résolue d'encouragement de l'investissement national et étranger afin d'ériger une « économie émergente et diversifiée » en mesure de satisfaire les besoins internes et faire face à sa dépendance aux hydrocarbures.

L'objectif immédiat d'une telle politique économique fondée sur une « dynamisation des activités productives » est d'augmenter substantiellement le taux de croissance, réduire le

¹ Les cahiers du CREAD n°105/106-2013, pp. 37-38.

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

chômage et améliorer le niveau de vie général, tout en maintenant et en renforçant les bons résultats macro-économiques et financiers actuels.

Pour cela le gouvernement a pris des mesures afin de promouvoir et soutenir la production locale et ceci par la prise de mesure en faveur des PME, et l'instauration du crédit à la consommation, et des quotas d'importation, ainsi que la lutte contre le marché informelle et le renouvellement du code d'investissement.

2.1.1 Mesures en faveur des PME :

La loi N° 17-02, correspondant au 10 janvier 2017, porte sur la loi d'orientation sur le développement de la PME. Celle-ci comporte 40 articles, comparativement à celle de 18-02 correspondant au 15 décembre 2001, qui compte 28 articles, sachant que 22 articles ont fait l'objet de modifications et 14 nouveaux articles ont été insérés.

La présente loi a fixé les objectifs suivant :

- ✓ L'impulsion de la croissance économique.
- ✓ L'amélioration de l'environnement de la PME
- ✓ L'encouragement de l'émergence des PME notamment innovantes et la pérennisation.
- ✓ L'amélioration de la compétitivité et de la capacité d'exportation des PME.
- ✓ La promotion de la culture entrepreneuriale.
- ✓ L'amélioration du taux d'intégration national et la promotion de la sous-traitance.

En application de cette loi, « les collectivités locales initient les mesures nécessaires pour l'aide et le soutien à la promotion des PME, notamment par la facilitation de l'accès au foncier et à l'immobilier convenant à leurs activités et la réservation d'une partie des zones d'activités et des zones industrielles ».

En outre, le texte érige l'Agence nationale de développement et de modernisation des PME (ANDPME), un instrument de l'État, chargé de la mise en œuvre de la stratégie de développement de la PME, et la renforce pour la réalisation de ses missions. Cette agence devrait assurer, selon le texte, la mise en œuvre de la politique de développement des PME en matière d'émergence, de croissance, et de pérennisation y compris l'amélioration de la qualité, la promotion de l'innovation et le renforcement des compétences et des capacités managériales des PME.

Le texte stipule aussi la création d'un organisme consultatif, dénommé « Conseil national de concertation pour le développement de la PME », ce dernier constitue un espace de concertation et se compose d'organisations et d'associations professionnelles spécialisées et représentatives des PME.

La nouvelle loi met en place des fonds de garantie des crédits et d'un Fonds d'amorçage pour encourager la création de start-ups innovantes. Ce Fonds d'amorçage est destiné à financer les frais préalables devant permettre la conception du produit prototype (frais de recherche et de développement, prototypage, business plan...) afin de palier l'entrave liée au défaut de

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

financement de la phase précréation de l'entreprise, qui n'est pas prise en charge par le capital-investissement¹.

2.1.2 Crédit à la consommation :

Dans le cadre de la promotion de la production locale, et afin d'inciter les consommateurs à se procurer le produit national. Le gouvernement algérien a instauré le crédit à la consommation ce dernier qui était gelé depuis 2009 pour ralentir les importations et limiter le niveau d'endettement des ménages, a été réinstauré en 2016 pour encourager la consommation du produit national et l'appareil de production locale dans un contexte où l'Algérie a plus que jamais besoin de diversifier son économie et de réduire ses importations.

Réintroduit par l'article 88 de la loi de finances 2015, ce crédit est destiné exclusivement aux produits fabriqués ou assemblés localement, les prêts bancaires peuvent, en fonction du choix de l'emprunteur, couvrir la totalité ou une partie du prix du produit acquis.

Afin de s'assurer de la solvabilité du consommateur-emprunteur, une centrale des risques des entreprises et ménages (CREM) a été mise en place par la Banque d'Algérie, cet outil assure une gestion interbancaire des risques de crédits en intégrant dans son système tous les prêts contractés et les données relatives à la clientèle y compris les défauts de paiement².

Avec l'instauration du crédit à la consommation, le gouvernement a fixé sept catégories de produits fabriqués ou assemblés localement, qui seront éligibles au crédit à la consommation.

La liste des activités et gammes de produits éligibles concerne les activités de fabrications d'appareils électroniques et électroménagers, de fabrication de téléphones, de construction de véhicules automobiles et motocycles de moteurs thermiques, de « machines de bureau et traitement de l'information » et de fabrication industrielle d'ensembles d'ameublements en bois à usage domestique et aussi les activités de textiles et cuirs ainsi que celle des matériaux de construction³.

2.1.3 Les quotas d'importation :

Dans le but de freiner les importations, l'État algérien a interdit l'importation de certains biens en mettant en place un système de licence visant à établir des quotas et des plafonds financiers aux importations, pour une liste de produits dont la facture est importante.

Cette mesure prise par le gouvernement depuis 2015, après la chute des recettes pétrolières, visait à remettre de l'ordre dans le commerce extérieur, à cet effet les quotas doivent être accordés après étude au cas par cas des dossiers des importateurs.

La loi sur les licences d'importation s'inspire du modèle français. Qui a été calquée sur la réglementation française. Les quotas d'importation sont ouverts par arrêté pris en Conseil des ministres sur proposition du ministre du Commerce après avis de la commission concernée.

¹ JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE, N. 02, du 11 janvier 2017

² <https://www.radioalgerie.dz/news/fr/article/20160102/63155.html> Consulter le 20/04/2021 à 13h37

³ http://www.huffpostmaghreb.com/2016/01/14/credit-consommation-jo_n_8978226.html Consulter le 20/04/2021 à 13h58.

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

Une commission spéciale est chargée d'octroyer les licences d'importation après étude des demandes en prenant en considération quelques critères :

- ✓ Le niveau de la production locale estimée pour l'année en cours.
- ✓ Les besoins des consommateurs.
- ✓ Les contingents susceptibles d'être accordés et la répartition des quotas entre les opérateurs.
- ✓ L'origine des produits à importer ainsi qu'un certificat de conformité aux normes européennes de santé.

En ce qui concerne les normes européennes de santé pour tous les produits importés, ces normes permettent d'assurer que des marchandises contenant des substances nuisibles ou dangereuses ne soient plus importées. Le gouvernement vise par ces normes à gérer une période de transition entre l'anarchie totale et l'introduction de normes propres à l'Algérie. Cela dit, la procédure étant longue et complexe, le gouvernement veut procéder par étape. Surtout, une telle mesure appliquée trop brutalement risquerait de créer des tensions sur l'approvisionnement du pays et occasionner ainsi des pénuries.

Des quotas d'importation seront mis en place pour chaque importateur et une direction du ministère du Commerce sera chargée du suivi de la délivrance des licences¹.

Avec cette mesure le gouvernement veut réduire la facture des importations, en limitant les importations superflues, encourager la production nationale à se substituer à ces produits extérieurs, et protéger la santé des consommateurs face à certains produits jugés dangereux².

2.1.4 Lutte contre la marche informelle

Selon des chiffres des statistiques et de l'information économique auprès du ministère du Commerce, l'économie informelle en Algérie représenterait 45 % du Produit national brut (PNB).

L'économie informelle est considérée comme un obstacle majeur pour la promotion de la production nationale dans le processus de la diversification économique amorcé par le gouvernement, qui représente une option fondamentale du développement du pays.

Pour lutter contre ce phénomène, l'État a engagé plusieurs actions comme ledémantèlement des marchés informels, le renforcement des infrastructures commerciales et l'assouplissement des conditions d'obtention du registre de commerce.

Une étude sur l'économie informelle en Algérie en partenariat avec le Centre de recherche en économie appliquée pour le développement (CREAD) avec l'appui du Programme des Nations unies pour le développement (PNUD). Intitulée « Économie informelle : concepts, modes opératoires et impacts », cette étude permettra de mieux connaître l'économie informelle dans ses différentes dimensions (financement, production, commercialisation, emploi), de cerner et

¹<https://www.djazairress.com/fr/lqo/5214197> Consulter le 20/04/2021 à 14h02.

²<https://mobile.ledesk.ma/2017/04/03/algerie-le-plan-du-gouvernement-pour-mettre-fin-lanarchie-dans-les-importations/> Consulter le 20/04/2021 à 14h08.

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

de quantifier son impact sur l'économie nationale afin d'élaborer une stratégie adéquate pour lutter contre ce phénomène ».

La mise en œuvre de cette étude s'effectuera en deux phases : la première consiste à l'élaboration d'une enquête dans la wilaya de Tlemcen en 2017, choisie comme wilaya pilote, dont la réalisation et le financement seront assurés par le CREAD. La seconde phase sera, quant à elle, consacrée à l'élaboration d'une enquête nationale en 2018 dont les aspects liés au financement et à l'expertise seront à la charge du PNUD¹.

2.1.5 Code investissement :

Dans le cadre de la poursuite de son plan de diversification de l'économie nationale et de développer une économie compétitive. Le gouvernement a décidé de modifier le code de l'investissement correspondant à l'ordonnance d'août 2001 relative à la promotion de l'investissement, afin de faciliter et d'encourager les investisseurs étrangers à produire en Algérie.

La nouvelle loi adoptée le 17 juillet 2016, propose de doter le secteur industriel d'avantages qui lui seront propres à travers, entre autres, la modification du régime fiscal et douanier pour les investissements étrangers, les facilités administratives pour les investisseurs étrangers, la règle 51/49 % et le droit de préemption.

A- Les facilités administratives pour les investisseurs étrangers :

Lorsqu'un investisseur étranger souhaite s'implanter en Algérie, les difficultés administratives s'amoncellent, au rang duquel la multiplicité des formulaires et la lenteur de l'administration. L'investisseur devra remplir pas moins de 7 formulaires :

1. Déclaration ANDI : l'investisseur devra s'identifier, ainsi que donner des éléments complémentaires et détaillés sur sa structure et les grandes lignes de son projet d'investissement,
2. Constat d'entrée en exploitation,
3. Demande d'avantages d'exploitation,
4. Demande de modification de liste,
5. Etat d'avancement du projet d'investissement,
6. Demande de modification de décision d'octroi d'avantage,
7. Canevas des grands projets.

L'apport de cette réforme a été la simplification, un seul document d'enregistrement suffira, pour conférer le droit à l'investisseur à tous les avantages auxquels il est éligible. Il sera, cependant, obligé de respecter le délai de réalisation du projet qui est inscrit sur l'attestation d'enregistrement. Ce document n'a pas encore été édicté par les autorités algériennes, il semble prévu en même temps que l'entrée en vigueur du nouveau Code de l'investissement.

Recours au financement local. L'article 4 bis du Code de l'investissement actuel indique que « les financements nécessaires à la réalisation des investissements étrangers, directs ou en

¹<http://www.algerie-eco.com/index.php/2017/03/04/secteur-informel-represente-45-pnb/> Consulter le 20/04/2021 à 14h30.

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

partenariat, à l'exception de la constitution du capital, sont mis en place, sauf cas particulier, par recours au financement local ».

La loi de Finances complète cette disposition : « Néanmoins, le recours aux financements extérieurs indispensable à la réalisation des investissements stratégiques par des entreprises de droit algérien, sont autorisés, au cas par cas, par le Gouvernement. » Cette exception laisse une porte d'entrée aux investisseurs étrangers.

- La règle 51/49 % et le droit de préemption :
- La règle 51/49 % :

Cette règle a été instituée par la loi de Finances de 2009 et insérée dans le Code de l'investissement elle stipule que lorsqu'un investissement étranger est effectué en Algérie, et ceci par la création d'une société, cette dernière doit être détenue à 51 % par des actionnaires algériens.

Cette collaboration obligatoire avec les locaux n'encourage pas les investisseurs étrangers. Aussi, les autorités algériennes ont remarqué problématique que pouvait poser cette règle. Cependant, alors que la réforme initiale du Code de l'investissement devait supprimer cette disposition, il n'en a rien été. Cette règle a juste fait l'objet d'une extirpation du nouveau

Code de l'investissement pour retrouver son fondement juridique dans l'article 66 de la loi de Finances 2016.

B- Le droit de préemption :

Le droit de préemption est la faculté de l'État algérien, ainsi que de ses entreprises publiques, à pouvoir acquérir les parts sociales ou actions sur les cessions d'activités par des étrangers prioritairement à tout autre intéressé.

Cette disposition a été âprement discutée et débattue. Au même titre que la règle 51/49 %, elle fait l'objet de critiques pour son frein aux investissements étrangers dans le pays.

Pour que ce droit de préemption soit effectif, une procédure d'enregistrement ou de déclaration de vente de parts sociales ou d'actions devait être faite devant les autorités compétentes. Une fois la procédure effectuée, les autorités devaient attester expressément de leurs intentions d'acheter ou de refuser d'acheter les parts sociales ou actions vendues.

Cette procédure a été modifiée par la loi de Finances 2014 qui, en allégeant la procédure d'agrément en faveur des projets d'investissements étrangers directs ou d'investissements en partenariat avec des capitaux étrangers, a supprimé la condition de soumission des projets d'investissements susvisés à l'examen préalable du Conseil national de l'investissement.

Le nouveau texte prévoit, dans les articles 30 et 31, que toutes les cessions d'actions ou de parts sociales, ou actives, par ou au profit d'étrangers seront soumises à une autorité du ministre chargé de l'investissement.

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

En résumé, le droit de préemption, au même titre que la règle 51/49 %, a été extirpé du Code de l'investissement, sans en perdre sa vigueur¹.

C- La modification du régime fiscal et douanier pour les investissements étrangers :

La loi de Finances 2016 articule protectionnisme et ouverture aux investissements étrangers.

Dans son article 52, l'empreinte du protectionnisme est omniprésente. En effet, dans le cadre de la protection des filières locales industrielles naissantes, sont ajoutées des taxes additionnelles, sous forme de TVA et de Taxe intérieure de Consommation, applicables sur des produits finis importés similaires à ceux produits en Algérie et relevant des filières industrielles.

Des droits de douane ont été fixés ou ont été revus à la hausse sur des produits importés dans le but d'encourager les investisseurs étrangers à produire localement, plutôt que de produire à l'étranger pour ensuite faire rentrer leurs produits sur le marché algérien.

Cette mesure a pour but premier de diminuer le chômage par une industrialisation soutenue dans le pays, que ce soit par des locaux ou des étrangers².

SECTION 03 : Organismes et Label

L'apposition d'un label, d'un tampon ou d'une autre forme de marquage sur un produit peut influencer la décision d'achat du consommateur. Ces marquages qui figurent sur les produits, certificats et publications, attestent que les produits et services en question remplissent des exigences spécifiées. Les exigences spécifiées peuvent être des normes, des règlements techniques, cahiers des charges ou référentiels d'évaluation de la conformité.

3.1 Forum des chefs d'entreprise (FCE)

Le Forum des chefs d'entreprise est une association à caractère économique créée en octobre 2000 par un groupe de chefs d'entreprises, afin de contribuer à l'instauration de l'esprit d'entreprise au sein de l'économie nationale et de promouvoir les intérêts de l'entreprise algérienne. L'association est ouverte aux entreprises privées algériennes, aux entreprises étrangères de droit algérien et aux entreprises publiques. Pour le FCE, le développement des entreprises est la seule voie appropriée pour organiser une relance forte et durable de la croissance, de la création d'emplois et une lutte efficace contre la pauvreté. C'est la raison pour laquelle il revendique que l'entreprise soit placée au centre de toutes les politiques économiques publiques.

Le FCE a plusieurs objectifs que ça soit au niveau interne ou niveau des pouvoirs publics, en peut citer :

- ✓ Organiser et développer la concertation entre les membres du FCE
- ✓ Mettre à la disposition des entreprises l'information économique utile et d'actualité
- ✓ Encourager la conclusion d'affaires ou de projets d'association entre les membres

¹<http://www.lettredesreseaux.com/P-1877-455-A1-l-evolution-legislative-de-l-investissement-en-algerie.html> Consulter le 20/04/2021 à 16h58.

²<http://www.lemoci.com/actualites/reglementation/algerie-ce-quit-faut-savoir-de-la-reforme-du-code-des-investissement/> Consulter le 28/04/2021 à 11h04.

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

- ✓ Rechercher et faciliter les opérations de partenariat ou de prise de participation entre l'entreprise algérienne et l'entreprise étrangère
- ✓ Encourager la formation et la recherche sur le management des entreprises
- ✓ Développer avec les organisations similaires
- ✓ les associations économiques étrangères des relations d'affaires.
- ✓ Formuler des suggestions et recommandations relatives aux questions économiques
- ✓ Porter à la connaissance des pouvoirs publics et des chefs d'entreprise la position du FCE sur toute question économique

En peut dire que le FCE a pour objectif d'aider et soutenir les entreprises algériennes et de s'assurer que les entreprises puissent disposer en Algérie d'un environnement d'affaires sain et transparent afin de créer de la valeur et de prospérer de façon durable dans un contexte de concurrence mondiale. Et ainsi, participe au développement industriel de notre pays¹.

3.2 BASSMA Djazairia :

Le Label « BASSMA DJAZAIRIA » est un label produit (ou gamme de produits), garantissant au consommateur l'origine algérienne du produit.

Pour obtenir le label « BASSMA DJAZAIRIA » et ainsi garantir aux consommateurs un produit local de qualité, les entreprises doivent d'abord remplir des critères de sélection qui sont composés de :

- Valeur ajoutée territoriale (30pts)
- Taux de Transformation (20pts)
- Recherche & Développement (5pts)
- Qualité (30pts)
- Responsabilité sociale et environnementale (5pts)
- Complaisance (10pts).

Après avoir rempli ses critères l'entreprise devra passer par une étape de procédure d'attribution du label qui est composée de 5 étapes qui sont :

- ✓ Etape1 : « Postuler »
- ✓ Etape2 : « Désignation d'un organisme d'audit »
- ✓ Etape3 : « Mission d'audit sur site »
- ✓ Etape4 : « Rédaction et remise du rapport d'audit à la cellule "BASSMA DJAZAIRIA" »
- ✓ Etape5 : « Décision finale et attribution du label "BASSMA DJAZAIRIA" ».

Le but du label est de favoriser la création l'emploi, de participer à la réduction de la facture d'importation et de renforcer la confiance entre consommateur et producteur ce qui va permettre de développer l'indépendance économique de l'Algérie².

¹<http://www.fce.dz/presentation/> Consulter le 02/05/2021 à 12h38.

²<http://www.fce.dz/bassma/> Consulter le à 02/05/2021 à 13h

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

3.3 Agence nationale de développement de l'investissement (ANDI)

Créée dans le cadre des réformes de 1^{re} génération engagées en Algérie durant les années 1990, l'Agence en charge de l'investissement a connu des évolutions visant des adaptations aux mutations de la situation économique et sociale du pays. Initialement APSI, Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement de 1993 à 2001, puis ANDI, Agence Nationale de Développement de l'Investissement.

Cette institution gouvernementale s'est vue confier la mission de facilitation, de promotion et d'accompagnement de l'investissement.

L'ANDI a pour missions :

- ✓ l'enregistrement des investissements ;
- ✓ la promotion des investissements en Algérie et à l'étranger ;
- ✓ la promotion des opportunités et potentialités territoriales ;
- ✓ la facilitation de la pratique des affaires, du suivi de la constitution des sociétés et de la réalisation des projets ;
- ✓ l'assistance, l'aide et l'accompagnement des investisseurs ;
- ✓ l'information et la sensibilisation des milieux d'affaires ;
- ✓ la qualification des projets, leur évaluation et l'établissement de la convention d'investissement à soumettre à l'approbation du Conseil national de l'investissement¹.

3.4 Chambre algérienne de commerce et de l'industrie (CACI)

La chambre algérienne de commerce et de l'industrie a été créée pour fournir aux pouvoirs publics, sur leur demande ou de sa propre initiative, les avis, les suggestions et les recommandations sur les questions et préoccupations intéressant directement ou indirectement, au plan national, les secteurs du commerce, de l'industrie et des services.

D'effectuer la synthèse des avis, recommandations et propositions adoptés par les chambres de commerce et d'industrie et de favoriser l'harmonisation de leurs programmes et de leurs moyens, et d'entreprendre toute action visant la promotion et le développement des différents secteurs de l'économie nationale et leur expansion notamment en direction des marchés extérieurs.

Pour cela la CACI est chargée de :

- ✓ 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.
- ✓ D'organiser ou de participer à l'organisation de toutes rencontres et manifestations économiques en Algérie et à l'étranger tel que notamment, foires, salons, colloques, journées d'étude et missions commerciales visant la promotion et le développement des activités économiques nationales et des échanges commerciaux avec l'extérieur.
- ✓ De réaliser toute action et étude et de proposer toute mesure tendant à faciliter la promotion des produits et services nationaux sur les marchés extérieurs.

¹<http://www.andi.dz/> Consulter le 05/05/2021 à 17h36.

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

- ✓ D'adhérer aux organismes régionaux ou internationaux de même nature ou poursuivant les mêmes objectifs.
- ✓ De procéder, en qualité de représentant de l'Algérie, à la constitution de chambre de commerce mixte avec ses homologues étrangers.
- ✓ Assurer la représentation de l'Algérie dans les foires et autres manifestations économiques officielles se déroulant à l'étranger.

Afin de mener à bien sa mission le CACI peut engager des enquêtes à caractère socio-économique en liaison avec son objet et nécessaire à la réalisation de ses travaux.

Installer, en son sein, un centre de documentation chargé de la collecte, l'exploitation et la diffusion de l'ensemble des données économiques régissant les différents secteurs d'activité de l'économie nationale relevant de son objet¹

3.5 Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX) :

Placée sous la tutelle du ministre du Commerce, l'Agence Nationale de Promotion du Commerce extérieur (ALGEX), a été créée par le Décret exécutif n° 04-174 du 12 juin 2004, et complétée par le Décret exécutif n° 08-313 du 05 octobre 2008², dans l'intérêt d'apporter un support et de développer les exportations hors hydrocarbures.

Au cœur du dispositif de soutien au commerce extérieur algérien, ALGEX a pour mission :

- élaborer, au profit du Ministère du Commerce, des rapports périodiques sur le commerce extérieur, des études d'impact des accords commerciaux sur l'économie algérienne, des notes de conjoncture sur les produits de base importés par l'Algérie, ainsi que des analyses-marché, des analyses-produit et des panoramas sectoriels.
- Promouvoir le produit algérien à travers l'accompagnement et le conseil prodigué aux opérateurs algériens ;
- Analyser les marchés extérieurs en développant la veille commerciale et réglementaire ainsi que les études prospectives ;
- Organiser la participation algérienne aux foires et manifestation économique à l'étranger et les rencontres d'affaires ;
- Identifier le potentiel national d'exportation par une meilleure connaissance de la production nationale ;
- Gérer des instruments de promotion des exportations hors hydrocarbures au bénéfice des entreprises exportatrices.
- Élaborer un rapport annuel d'évaluation sur la politique et les programmes d'exportation.
- Mettre à disposition son réseau de partenaires nationaux et internationaux pour d'éventuelles mises en relations d'affaires³.

¹<http://www.dworan.dz/index.php/fr/la-direction-services-et-missions/organismes-sous-tutelles/chambre-algerienne-du-commerce-et-d-industrie-caci> Consulter le 06/05/2021 à 12h42.

² JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE N° 58, du 8 octobre 2008, p7.

³<http://www.algex.dz/index.php/qui-sommes-nous> Consulter le 06/05/2021 à 13h07.

CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION

3.6 Centre algérien du contrôle de la qualité et de l'emballage (CACQE) :

Placé sous la tutelle du Ministère du Commerce, le Centre algérien du Contrôle de la Qualité et de l'Emballage (CACQE) a été créé par décret exécutif n° 89-147 du 08 août 1989 modifié et complété par le décret exécutif n° 03-318 du 30 septembre 2003¹. Afin d'être un espace intermédiaire qui constitue un soutien technique au profit des administrations chargées du contrôle de la qualité et de la sécurité des produits, et un appui aux opérateurs économiques pour les accompagner dans le cadre de la mise en œuvre des programmes de promotion de la qualité de la production nationale.

Le CACQE a pour mission de contribuer à la protection de la santé et sécurité des consommateurs, et ses principales activités peuvent être regroupées dans les volets suivants :

- Le contrôle analytique qui consiste en la vérification de la conformité des produits par rapport aux normes et spécifications légales ou réglementaires qui les caractérisent.
- La gestion, développement et fonctionnement des laboratoires d'analyse de la qualité.
- La Promotion de la qualité de la production des biens et services.
- La participation à l'élaboration des normes des biens et services mis à la consommation au sein des comités techniques nationaux.
- L'information, la communication et la sensibilisation du consommateur ;
- L'assistance et soutien aux opérateurs économiques pour la maîtrise de la qualité des produits et services qu'ils mettent sur le marché².

Conclusion

Pour conclure, la politique économique algérienne a totalement changé depuis 1962, cependant, le changement vers une économie de marché sera difficile, et a nécessité le passage par plusieurs étapes primordial. Mais les mesures prises par le gouvernement vont dans le bon sens, et reste dont la continuité du programme trace pour diversifier l'économie nationale même si cette dernière peine toujours à éliminer sa dépendance à la rente pétrolière qui reste l'un des plus gros obstacles à surmonter pour l'économie nationale.

¹JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE N° 59, du 5 octobre 2003, p5.

²<http://www.cacqe.org/presentation.asp> Consulter le 06/05/2021 à 16h20.

**CHAPITRE III : CAS PRATIQUE
SECTEUR COSMETIQUE**

CHAPITRE III : CAS PRATIQUE SECTEUR COSMETIQUE

Le gouvernement algérien se lance dans une démarche de diversification de l'économie nationale, et ce en promulguant différente réglementation en faveur des PME œuvrant dans les différents secteurs, parmi ces derniers on retrouve le secteur cosmétique un secteur doté d'une réglementation très rigide et d'une consommation qui s'accroît d'année en année.

Dans notre présent chapitre nous allons tout d'abord dans une première section définir le secteur cosmétique selon la réglementation algérienne ensuite nous ferons une présentation de la «JAWDA PLUS COSMETICS». Ensuite nous allons développer dans la deuxième et la troisième section deux études qualitative et quantitative que nous avons réalisées. La première consiste en un guide d'entretien effectué au sein de la « JAWDA PLUS COSMETICS », et la deuxième s'agit d'un questionnaire aléatoire réalisé sur un échantillon de 120 consommateurs de produits cosmétiques.

SECTION 01 : Le secteur cosmétique en Algérie

Le marché cosmétique a connu une certaine expansion durant les dernières années, ce dernier se retrouve inondé par différents produits, d'origine locale ou étrangère

Dans cette section nous allons dans une première étape présenter le secteur cosmétique algérien, dans la deuxième étape nous allons identifier l'entreprise JAWDA PLUS COSMETICS.

1.1 Définition produit cosmétique

La loi algérienne n° 97-37, du 14 janvier 1997. Définit le produit cosmétique, et produits d'hygiène corporelle, toute substance ou préparation, autre que les médicaments, destinée à être mise en contact avec les diverses parties superficielles du corps humain tel que l'épiderme, le système pileux et capillaire, les ongles, les lèvres, les paupières, les dents et les muqueuses, en vue de les nettoyer, de les protéger, de les maintenir en bon état, d'en modifier l'aspect, de les parfumer ou d'en corriger l'odeur¹.

1.2 Règlementation du secteur cosmétique algérien :

L'article 13 du Décret exécutif n° 97-37 du 14 janvier 1997, que pour la fabrication, le conditionnement et l'importation de tout produit cosmétique et produit d'hygiène corporelle doit faire l'objet, avant sa mise à la consommation ou son admission sur le territoire national, d'une déclaration préalable accompagnée d'un dossier adressé au service de la qualité et de la répression des fraudes, territorialement compétent.

1.2.1 Autorisation préalable

Une autorisation préalable est un document (décision) délivré par les services du Ministère du Commerce pour tout opérateur désireux de fabriquer, de conditionner ou d'importer les produits cosmétiques et les produits d'hygiène corporelle².

La demande d'autorisation préalable la fabrication, au conditionnement, et l'importation des produits cosmétiques et d'hygiène corporelle prévue par les dispositions Décret exécutif n°

¹ Article 2, journal officiel, n°4, du 15 janvier 1997, page13

² Journal officiel, n°4, du 15 janvier 1997

10-114 du 18 avril 2010, est adressée, par voie postale ou déposée par l'intervenant concerné, de la direction de wilaya du commerce territorialement compétente.

Par le décret exécutif n°90-366 du 10 novembre 1990, il est obligatoire d'étiqueter en langue arabe tout produit importé. L'étiquette doit comprendre : nom du produit, quantité nette, nom et coordonnées du producteur ou importateur¹.

1.2.2 Dossier à fournir avec la demande d'autorisation préalable

- Une copie de l'extrait du registre de commerce du fabricant, du conditionneur ou de l'importateur du produit,
- Une copie de l'identifiant fiscal,
- Une copie des statuts de la société,
- Une copie de l'attestation de dépôt des comptes sociaux auprès du centre national du registre du commerce,
- Un extrait de rôle apuré,
- Une copie de l'attestation de mise à jour avec la CNAS et/ou la CASNOS,
- La dénomination et la désignation du produit en conformité avec l'annexe n° I prévue à l'article 3 du décret exécutif n° 97-37 modifié et complété, l'usage et le mode d'emploi du produit,
- L'usage et le mode d'emploi du produit,
- Indication de la composition qualitative du produit ainsi que la qualité analytique des matières premières. Les substances chimiques doivent être désignées par leur dénomination usuelle et leur dénomination scientifique, lorsqu'elle existe, ou par leur dénomination commune internationale (DCI) recommandée par l'Organisation mondiale de la Santé. Les substances d'origine végétale ou animale doivent être désignées par leur dénomination usuelle et accompagnées de l'indication de leur mode d'obtention,
- Les résultats des analyses et des tests effectués sur les matières premières et les produits finis,
- Les résultats des essais effectués et méthodes utilisées en ce qui concerne, notamment le degré de toxicité cutanée, transcutanée ou muqueuse,
- Le mode d'identification des lots de fabrication,
- Les précautions particulières d'emploi du produit,
- Le modèle et/ou la maquette de l'étiquetage du produit concerné,
- Le nom, la fonction, et la qualification professionnelle de la ou des personnes physiques responsables de la fabrication, du conditionnement ou de l'importation et des contrôles de conformité,
- Copie de l'enregistrement de la marque ou le récépissé de dépôt de la marque pour les produits fabriqués localement. Pour l'importation, une autorisation d'exploitation de la marque délivrée par le titulaire de droit, qui doit être authentifiée par les services consulaires algériens dans le pays d'origine des produits importés. (Circulaire du 25 décembre 2014)².

¹ Décret exécutif n°90-366 du 10 novembre 1990

² Article 13, journal officiel, n°26, du 21 avril 2010, page6

1.3 Catégorie de produits cosmétiques et d'hygiène corporelle

Le Décret exécutif n° 10-114, du 18 avril 2010, classifie les différents produits selon la nature de leurs utilisations, on distingue les catégories suivantes :

- Produits pour les soins des cheveux :
 - ✓ Teintures capillaires et décolorantes
 - ✓ Produits d'entretien pour la chevelure (lotions, crèmes et huiles)
 - ✓ Produits de coiffage (lotions, laques et brillantines)
 - ✓ Produit de mise en plis
 - ✓ Produits de nettoyage (lotions, poudres, shampooings et après- shampooings)
 - ✓ Produits pour l'ondulation, le défrisage et la fixation
 - ✓ Produits de soins capillaires
 - ✓ Produits pour le rasage (savons, crèmes, mousses, lotions...)
- Produits pour les soins de la peau :
 - ✓ Produits antirides
- Produits permettant de blanchir la peau ;
 - ✓ Produits de bronzage sans soleil
 - ✓ Crème, émulsions, lotions, gels et huiles pour la peau (les mains, le visage, les pieds...)
 - ✓ Masques de beauté, à l'exclusion des produits d'abrasion superficielle de la peau par voie chimique
 - ✓ Produits solaires
 - ✓ Poudres pour maquillage, poudres à appliquer après le bain, poudres pour l'hygiène corporelle et autres poudres similaires
- Les Maquillages :
 - ✓ Fonds de teint (liquides, pâtes et poudres)
 - ✓ Produits de maquillage et de démaquillage du visage et des yeux
 - ✓ Produits pour les soins et le maquillage des ongles
 - ✓ Produits destinés à être appliqués sur les lèvres
- Les Parfums :
 - ✓ Parfums, eaux de toilette et eaux de Cologne
 - ✓ Déodorants et antisudoraux
- Produit d'hygiène générale :
 - ✓ Préparations pour bains et douches (sels, mousses, huiles, gels...)
 - ✓ Dépilatoires
 - ✓ Produits pour les soins dentaires et buccaux
 - ✓ Produits pour les soins intimes externes
 - ✓ Couches bébés et adultes
 - ✓ Serviettes et tampons hygiéniques
 - ✓ Lingettes et serviettes à démaquiller

- ✓ Mouchoirs en papiers parfumés et tout autre article similaire imbibé (humide, humidifié, trempé, humecté...).

1.4 Présentation générale du secteur cosmétique algérien

Considéré comme encore étroit, le secteur cosmétique en Algérie est relativement porteur et concurrentiel, aux yeux des professionnels. Il enregistre annuellement un taux de croissance de 12% par an.

Une large gamme de maquillage, shampoings, crèmes, huiles, masques de beauté, parfums et démaquillants inonde chaque jour le marché national. Cet engouement répond à une tendance : les Algériens soignent de plus en plus leur apparence et se soucient de leur bien-être. Toutefois, ces produits ne sont pas dénués de danger. Les produits contrefaits ont fait, eux aussi, leur entrée sur le marché et notre pays est exposé massivement à des produits de contrebande. Désormais, la contrefaçon des produits de beauté est bel et bien une réalité qui dérange et prend de l'ampleur, ce qui porte un grand préjudice au secteur.

Un autre maillon faible du secteur : le contrôle. Selon certaines sources officielles, ce marché « est peu protégé ». La preuve : 40% est la proportion du marché des produits cosmétiques qui échappe au contrôle des laboratoires spécialisés. Par ailleurs, les importations des cosmétiques pour l'année 2013 sont estimées à près de 14 milliards de dinars. Selon les douanes algériennes, la France reste le partenaire privilégié. Elle fournit la plupart des produits cosmétiques pour l'Algérie comme les huiles essentielles, des eaux distillées aromatiques et des shampoings...etc. Pour les produits de beauté et maquillage, la Chine est devenue le partenaire principal. Quant aux exportations, leur importance reste très faible. Très peu de producteurs nationaux sont en mesure de faire concurrence sur les places internationales¹.

1.4.1 Fournisseurs étrangers du marché algérien :

Le premier fournisseur du marché algérien des cosmétiques est la Chine où les quantités et la valeur des importations des produits de beauté dépassent largement celles de la France qui vient en deuxième position. Par ailleurs, les chiffres des douanes algériennes avancent que ces importations ont atteint 17,6 millions de dollars entre janvier et mai 2014.

L'Algérie a importé pour une valeur de 26,9 millions de dollars de produits capillaires, comme les défrisages et les laques pour cheveux, pour une quantité de 16,18 quintaux durant l'exercice 2013. La France demeure le premier fournisseur de ce genre de produits, suivie par l'Espagne et les États unis quant aux eaux de toilette. La France figure en premier rang pour les estimer à plus de 14,9 millions de dollars, soit 1,18 milliard de dinars en 2013. L'Arabie Saoudite vient en deuxième position, suivie par la Turquie. La quantité de ces produits importés en 2013 et début 2014, sont respectivement de 14,3 millions de quintaux et 8,7 millions quintaux. Ces importations comprennent, entre autres, de l'eau de toilette, de l'eau de parfum, des coffrets parfum ou une eau de toilette et lotion pour visage ou une crème corporelle pour les femmes ; parfum et un gel douche ou une crème de soins pour les hommes².

¹ Filière des cosmétiques en Algérie, 40% du marché, échappe au contrôle, L'éco n°91 / du 16 au 30 juin 2014, page37

² Nassima BENARAB, Filière des cosmétiques en Algérie, Revue bimensuelle de l'économie et de la finance, n91 du 16 au 30 juin 2014.

1.4.2 Statistiques liées au secteur cosmétique en Algérie

Le secteur cosmétique algérien est représenté par 407 fabricants nationaux, et avec un taux d'importation de 0.98%, par rapport aux importations globales. Cependant ce secteur a connu en 2016 une augmentation de ses importations de 12.17% par rapport à 2015, et une augmentation de 6.22% au premier trimestre 2017 par rapport au premier trimestre 2016.

Il en demeure que ce secteur qui représente une petite part de marché de l'économie nationale reste dominé par les importations ou par les produits importés¹.

1.5 Présentation de l'entreprise :

JAWDA COSMETICS est une entreprise algérienne qui exerce dans le domaine fabrication et la vente des produits pharmaceutiques et cosmétiques depuis le 09 Janvier 2012, cette dernière commercialise ses produits sous le nom de JAWDA PLUS une marque déposée au niveau de l'INAPI rattache au ministère de l'Industrie. Le dernier exercice de l'entreprise datant de janvier 2021 a permis de ressortir un chiffre d'affaires de 50 millions dinars algérien.

La société dispose de 12 salariés, qui sont :

- ✓ Directeur commercial
- ✓ 4 cadres commerciaux
- ✓ 1 chimiste industrielle
- ✓ 1 chef d'atelier
- ✓ 1 chauffeur
- ✓ 5 ouvriers polyvalents

Ainsi qu'un comptable et un transitaire, détache de l'entreprise.

1.6 Les produits fabriqués par l'entreprise :

- Les Parfums (Eaux de Parfums, eaux de toilette et eaux de Cologne, Déodorants et antisudoraux).
- Produits soins pour la peau et le corps pharmaceutiques et cosmétiques.

1.7 Production et importation de matières premières :

Tableau N°01-03 : La production au sein de l'entreprise

Production	
Années	Quantité en flacons
2019	20000
2020	15000
2021*	12000

Source : des données collectées au sein de la SARL JAWDA PLUS COSMETICS/* concerne le premier trimestre

¹ Centre national de l'informatique et des statistiques algériennes (CNIS)

CHAPITRE III : CAS PRATIQUE SECTEUR COSMETIQUE

Tableau N°02-03 : L'importation des matières premières

Matières premières importées	
Années	Importations en dinars
2019	150000
2020	170000
2021**	210000

Source : des données collectées au sein de la SARL JAWDA PLUS COSMETICS/** concerne le premier trimestre

D'après les tableaux précédents, On trouve que l'entreprise a besoin des matières premières importées pour accomplir ses activités car elle se trouve dans l'insuffisance si elle a limitée son activité juste par la production.

1.8 Les fournisseurs de l'entreprise :

Nous allons présenter les principaux fournisseurs locaux et étrangers de l'entreprise :

Tableau N°03-03 : Les fournisseurs étrangers de l'entreprise

Fournisseurs étrangers	
Nationalité	Matière/service
Espagne	Acide gras
Italie	Machine
Belgique	Peroxyde

Source : données collectées par nous-même au sein de la SARL JAWDA PLUS COSMETICS

Tableau N°04-03 : Les fournisseurs locaux de l'entreprise

Fournisseurs locaux	
Nom	Matière/service
Hassani	Emballage plastique
Albika	Huile extrait

Source : données collectées par nous-même au sein de la SARL JAWDA PLUS COSMETICS

On remarque d'après le Tableau N°03-03 et le Tableau N°04-03 que la collaboration avec les fournisseurs locaux n'est pas suffisante pour l'entreprise du coup elle a collaborée avec des fournisseurs étrangers pour atteindre ses besoins et apporter le mieux pour l'entreprise.

SECTION 02 : JAWDA PLUS COSMETICS entre obstacle et opportunité

Nous allons effectuer une étude auprès de la SARL «JAWDA PLUS COSMETICS», ce choix s'explique par notre volonté de mieux comprendre l'activité d'une entreprise qui œuvre dans le secteur cosmétique.

Dans le but d'approfondir nos connaissances, nous avons jugé qu'un entretien avec le gérant s'avère nécessaire afin de connaître les obstacles et les opportunités que rencontrent les entreprises cosmétiques ainsi que le degré d'application des lois et mesures, destinées à les aider, pour cela nous avons opté pour un guide d'entretien que nous allons présenter ci-dessous.

2.1 Le déroulement de l'entretien et la structure du guide d'entretien

Dans cette partie nous allons présenter le déroulement de l'entretien que nous avons effectué au sein de «JAWDA PLUS COSMETICS» et ainsi que sa structuration, et les objectifs visés par ce dernier. Pour finir, nous allons analyser les résultats des données.

2.1.1 Le déroulement de l'entretien

Le guide d'entretien a été destiné au gérant de l'entreprise «JAWDA PLUS COSMETICS» pour qu'il nous parle des différentes difficultés, lois et mesures en relation avec son secteur d'activité, l'entretien avec le gérant a été fait au moment de notre visite, ce dernier a duré en moyenne 3 heures.

2.1.2 Structure et objectif du guide d'entretien

À travers ce guide, nous avons pour but : connaître les différentes opportunités et obstacles rencontrés lors de la création de l'entreprise.

Notre guide d'entretien est divisé en deux axes :

Axe 1 : Généralité sur l'entreprise : cet axe regroupe des questions qui nous permettront de mieux identifier la «JAWDA PLUS COSMETICS».

Axe 2 : l'activité de l'entreprise au sein du marché cosmétique : cet axe regroupe des questions qui nous permettront de connaître les avantages et difficultés que rencontre l'entreprise, l'impact des différentes mesures sur son activité, et son ambition concurrentielle.

2.1.3 Analyse et discussion des résultats obtenus

Pour l'analyse de données issues de notre étude, nous avons essayé de mener une étude critique et comparative par rapport à ce que nous avons avancé dans le cadre théorique de notre travail de recherche.

Notre entretien a été analysé question par question afin de bien répondre et évaluer la situation de l'entreprise et la réalité du terrain par rapport au cadre théorique.

2.2 Présentation et analyse de l'entretien

2.2.1 Les débuts de la SARL JAWDA PLUS COSMETICS

Avant toute chose, il convient de dire que le choix du marché cosmétique a été influencé par son aspect vide de producteur. L'insertion de la «JAWDA PLUS COSMETICS » dans cette activité représente un challenge. Guidé par l'envie d'indépendance en matière d'activité.

Dans un premier temps l'entreprise a rencontré certaines difficultés en se retrouvant face à une réglementation et une administration qui n'étaient pas au service de la PME, tout cela est causé par la bureaucratie et la lenteur des administrations algériennes.

Cependant l'agence nationale du développement et de la promotion des investissements (ANDI) a proposé différentes aides aux entreprises telles que l'exonération des taxes sur la valeur ajoutée et un rééchelonnement des dettes fiscales. Néanmoins ces aides n'étaient pas efficaces, car l'exonération sur la valeur ajoutée été une taxe récupérable.

L'environnement des affaires algérien est marqué de bureaucratie, des difficultés à accéder au foncier, ainsi que des mesures juridiques difficiles parfois mêmes décourageantes.

Pour améliorer l'environnement des affaires en Algérie, l'État doit mettre en place un nouveau cadre législatif en faveur de l'entrepreneur afin d'encourager et développer la production locale.

2.2.2 Règlements secteur cosmétique

En ce qui concerne la réglementation du secteur cosmétique, le gérant trouve incohérent de mettre sur le même piédestal la fabrication, l'importation et le conditionnement de produits cosmétiques, car il juge que le produit local est plus contrôlable contrairement au produit importé, ce dernier dont la source n'est pas toujours vérifiable, surtout lorsque le marché est confronté par des produits importés des pays dont la réglementation est très souple en matière d'exportation. Cette démarche n'est pas en faveur des différentes lois qui veillent à la protection du consommateur local.

2.2.3 Difficulté administrative et réglementaire

L'administration n'est toujours pas au service de l'entreprise, car elle est jugée lente et d'un haut degré de bureaucratie, cette dernière qui se fait sentir non seulement lors de l'exécution des activités régulières de l'entreprise, mais aussi lors des opérations de création d'entreprise qui demeure aussi difficile aujourd'hui que dans le passé.

Dans un autre contexte, il existe des difficultés dans l'adaptation aux différentes réglementations liées à l'activité des PME, ces dernières qui sont souvent renouvelées au moyen 6 mois entre chaque modification.

2.2.4 La loi sur l'orientation des PME et son environnement

À propos de la loi d'orientation des PME et des différentes mesures prises par l'État, l'application de cette dernière est incomplète en ce qui concerne l'établissement des zones d'activité industrielles qui sont non conformes aux exigences des entreprises ou bien l'accès à ses dernières est pratiquement impossible par voie administrative, ce qui rend toute activité d'extension impossible.

Cette dernière qui pose problème, car la demande des produits cosmétiques augmente, mais il trouve des difficultés à répondre aux attentes des clients, parce qu'il ne dispose pas d'une usine adéquate et ne dispose pas d'espace nécessaire pour agrandir sa société.

Concernant la production et la commercialisation des produits, l'entreprise rencontre des difficultés en approvisionnement de matière première importée, et ceci pour deux raisons :

La première concerne les coûts de transport très élevés, et la deuxième qui concerne la dégradation du taux de change de la monnaie algérienne.

D'autre part, les PME souffrent de moyens de communication et promotion notamment avec les coûts chers de la publicité. Par contre l'État a lancé des campagnes afin d'encourager le consommateur local, tel que les foires.

Le manque de formation spécialisée dans le domaine de la cosmétologie, qui existe au sein de l'université de Blida depuis 2008, mais qui n'est pas généralisée sur le territoire national.

La généralisation de cette filière au sein des universités algériennes pourrait faciliter l'innovation.

2.2.5 L'impact des plans quinquennaux :

La mise en place depuis 2000 des plans de diversification de l'économie nationale, n'a eu aucun impact sur l'activité de l'entreprise, cela est causé par l'absence d'application des textes réglementaires et absence de moyen et d'infrastructure nécessaire.

À propos, des quotas d'importation ces derniers n'ont pas été appliqués pour le secteur cosmétique, cependant la présence de produits étrangers sur le marché pourrait être bénéfique pour l'entreprise, car cela encourage l'innovation et facilite le transfert de technologie.

Cependant contrairement aux produits étrangers qui peuvent entrer sur le territoire national sans aucun problème, les producteurs locaux rencontrent des problèmes liés aux normes imposées par l'État algérien, tel que les normes liées à l'emballage qui doivent comporter la langue arabe, ce qui limite ses perspectives d'exportation.

Dans le même contexte l'entreprise est confiante à propos du produit local et pense que ce dernier peut lutter face à la concurrence étrangère et avoir une part importante sur le marché national, cependant pour réussir à conquérir le marché, dans un premier temps il faut un changement fondamental dans la mentalité du consommateur qui a une tendance à préférer le produit étranger.

D'autre part le gouvernement devrait mieux protéger le producteur contre la contrefaçon et munir la direction contrôle produits (DCP) des moyens nécessaires afin de mieux accompagner le producteur et protéger le consommateur.

Conclusion de l'entretien

Notre interview avec le gérant de la «JAWDA PLUS COSMETICS», nous a permis d'avoir une vue sur les difficultés et les opportunités dont dispose son entreprise. Cet entretien nous a permis de ressortir l'insuffisance en matière d'application des différentes mesures du gouvernement, ainsi que le manque de moyen, retard et la lenteur dont souffrent les administrations locales, cet entretien nous a aussi permis de découvrir le manque de loi en faveur des producteurs cosmétiques qui sont sur le même piédestal avec les importateurs.

La modernisation des infrastructures administratives et le développement technologique énoncé dans le cadre théorique ne se sont pas fait ressentir sur le terrain, car l'entreprise affirme avoir fait face à plusieurs difficultés administratives

D'un autre côté, le soutien aux activités productives en faveur des PME, développé dans le cadre théorique a été constaté, car la SARL «JAWDA PLUS COSMETICS» affirme avoir participé à différentes foires qui encouragent la consommation locale. Cependant en ce qui concerne la création de zones industrielles, le gérant nous confirme leur existence par contre, il insiste sur le fait de la non-conformité de ses zones à son activité.

SECTION 03 : Enquête sur le terrain

Dans l'analyse précédente, nous avons pu recueillir quelques informations concernant une entreprise œuvrant dans le secteur cosmétique, cela nous a éclairés légèrement sur les producteurs locaux, dans l'analyse suivante nous allons comprendre le comportement du consommateur envers les produits cosmétiques locaux.

3.1 Objectif de l'enquête de terrain :

Le but de notre travail réalisé sur le terrain est d'arriver à dégager un certain nombre de données qui peuvent nous permettre d'analyser le comportement du consommateur vis-à-vis du produit cosmétique local, et de mieux comprendre ses critères de choix d'achat et de consommation.

3.2 Méthodologie de l'enquête de terrain :

L'enquête que nous avons menée est une enquête par questionnaire, cette méthode nous a paru comme la mieux adaptée afin de nous rapprocher du consommateur.

Afin de la menée à bien, nous sommes passées par des étapes d'ordre méthodologiques qui vont de la détermination de l'échantillon à l'administration du questionnaire et les conditions de réalisation et technique de dépouillement.

3.2.1 Détermination de l'échantillon :

Afin de déterminer notre échantillon, nous avons délimité la population, il s'agit évidemment de lier notre questionnement à notre problématique de base, pour cela nous avons constitué notre échantillon de 120 individus, défini d'une manière aléatoire.

3.2.2 Administration du questionnaire et conditions de réalisation de l'enquête :

L'enquête s'est très bien déroulée, les enquêtés ont pu répondre aux questions d'une manière spontanée, et n'ont rencontré aucune difficulté à interpréter nos questions, et par l'occasion à y répondre.

3.2.3 Conception du questionnaire :

D'après les objectifs assignés à cette enquête, un questionnaire a été mis au point pour la collecte des informations auprès des personnes enquêtées

Le questionnaire porte principalement sur les aspects suivants :

- ✓ Identification de l'enquêté à savoir son sexe, âge, fonction et revenu
- ✓ Leur fréquence d'utilisation ainsi que les produits cosmétiques utilisés
- ✓ Le budget consacré à la consommation des produits cosmétique ainsi que les critères d'achat
- ✓ Connaissance du produit local et les sources de cette dernière
- ✓ Utilisation des produits locaux et leur évaluation
- ✓ Choix entre produit local ou importé et la justification de ce choix

Les questions ont été présentées sous forme :

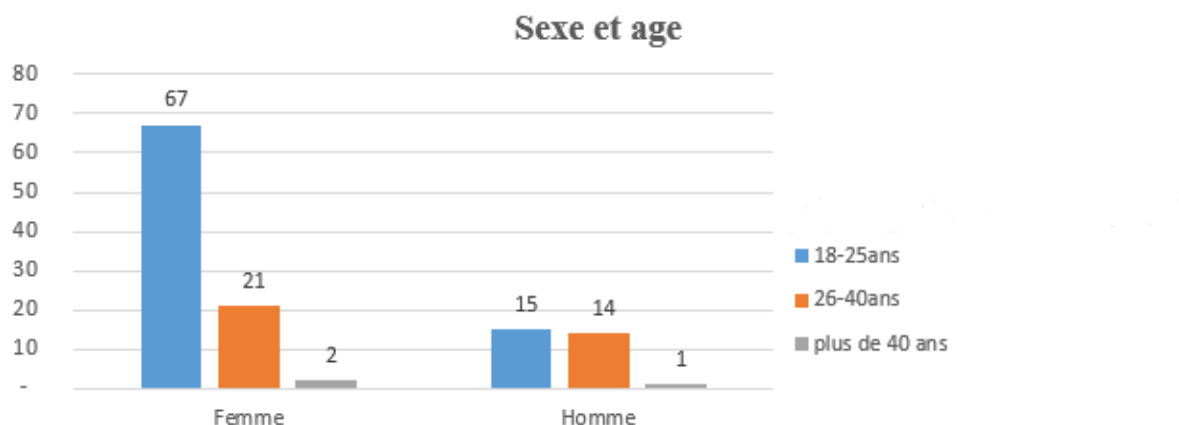
- ✓ Questions fermées où l'interviewé doit répondre par oui ou non
- ✓ Questions fermées à choix multiples où la personne interrogée doit choisir parmi les réponses suggérées.
- ✓ Question ouverte champs vide pour qu'ils ont pu s'exprimer

3.2.4 Technique de dépouillement :

Pour analyser et présenter les résultats de notre enquête, pour faciliter notre travail, on a utilisé Excel, ceci était destiné particulièrement au traitement statistique des données.

3.3 Présentation des statistiques des enquêtées :

Figure N°01-03 : sexe et âge des enquêtées



Source : réalisé par nous-mêmes, à partir des résultats de notre enquête.

Comme l’histogramme groupé le montre, les 120 personnes rencontrées étaient de sexe et d’âge différents. Ils sont regroupés comme suit :

- Par sexe : Homme et Femme
- Par âge : 18-25, 26-40 et plus de 40 ans.

Les personnes enquêtées des différents sexes et âges ont répondu à notre questionnaire sans hésitation.

3.3.1 Présentation des résultats :

Au cours de notre enquête sur le terrain, nous avons soumis notre questionnaire à différentes personnes de façon aléatoire, dans le but d’avoir leur point de vue et leurs aperçus des produits cosmétiques locaux et importés.

3.3.2 Répartition des salaires des enquêtées :

Tableau N°05-03 : Répartition des revenus

Revenu	Sans revenu	Moins de 20000DA	Entre 20000DA et 50000DA	Plus de 50000DA
Répartition des revenus	60.8%	16.7%	13.3%	9.2%

Source : Résultat de notre enquête

Dans notre enquête nous avons partagé le revenu en trois catégories, moins de 20000 Da, entre 20000 et 50000 Da et plus de 50000 Da.

Au regard de notre ‘‘ Tableau N° 05-03 ‘, le salaire majoritaire des enquêtées dispose d’un salaire moins de 20000 Da qui est de 16.7%, et de 60.8% pour les non-salariés alors que le reste des enquêtées sont partagés entre 20000 et 50000 Da a 13.3%, et 9.2% pour les plus de 50000DA.

CHAPITRE III : CAS PRATIQUE SECTEUR COSMETIQUE

3.3.3 Fréquence d'utilisation de produits cosmétiques

Tableau N°06-03 : Fréquence d'utilisation des produits cosmétiques

Fréquence d'utilisation des produits cosmétique	Quotidienne	Plusieurs fois par jour	3 fois ou plus par semaine
La répartition	70%	9.2%	20.8%

Source : Résultat de notre enquête

Le tableau N° 06-03 nous explique la fréquence d'utilisation des produits cosmétiques des personnes questionnées, cette analyse nous a permis de montrer que 70% des utilisateurs consomment quotidiennement les produits cosmétiques, 9.2% les consomment plusieurs fois par jours et 20.8% des consommateurs leur fréquence d'utilisation des produits cosmétiques était 3 fois ou plus par semaine.

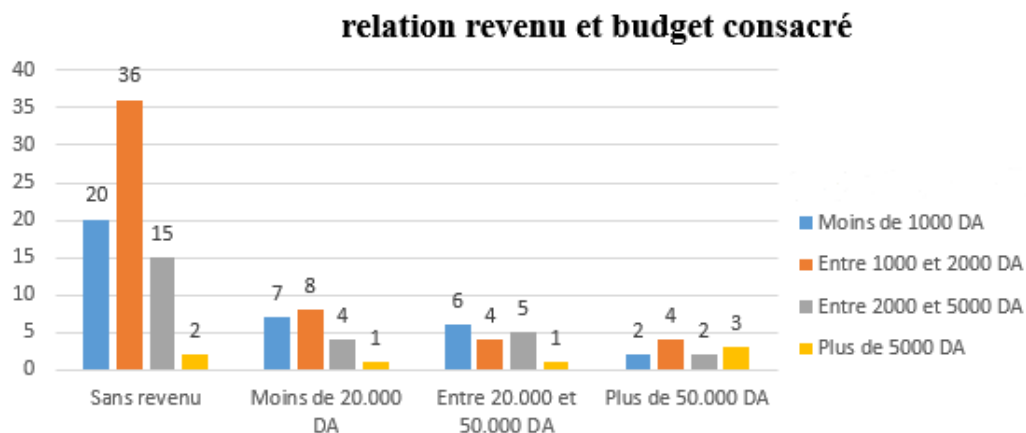
3.3.4 Répartition du budget des enquêtées selon leur revenu

Tableau N°07-03 : La relation entre le revenu et le budget consacre des enquêtées

Budget/revenu	Moins de 1000 DA	Entre 1000 et 2000 DA	Entre 2000 et 5000 DA	Plus de 5000 DA	Total général
Sans revenu	16.66%	30%	12.5%	1.66%	60.83%
Moins de 20.000 DA	5.83%	6.66%	3.33%	0.83%	16.66%
Entre 20.000 et 50.000 DA	5%	3.33%	4.16%	0.83%	13.33%
Plus de 50.000 DA	1.66%	3.33%	1.66%	2.5%	9.16%
Total général	29.16%	43.33%	21.66%	5.83%	100%

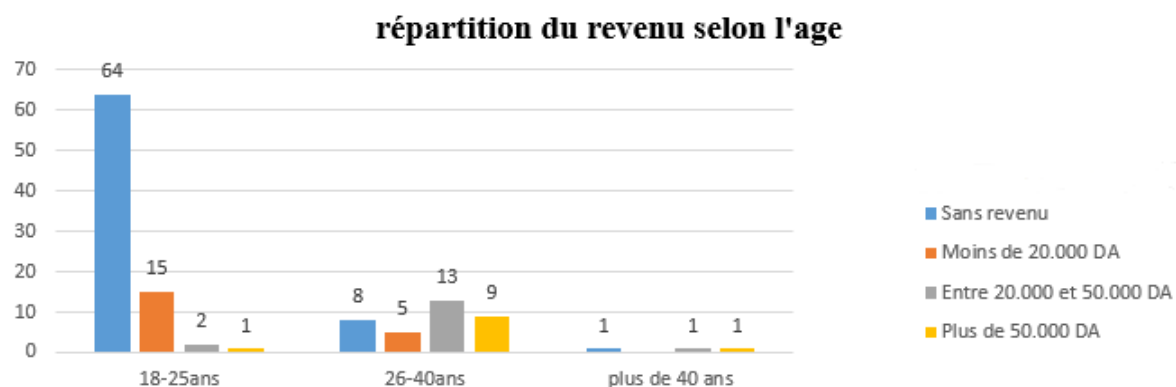
Source : Résultat de notre enquête

Figure N°02-03 : La relation entre le revenu et le budget consacré



Source : réalisé par nous-mêmes, à partir des résultats de notre enquête

Figure N°03-03 : Répartition du revenu selon l'Âge.



Source :réalisé par nous-mêmes, à partir des résultats de notre enquête.

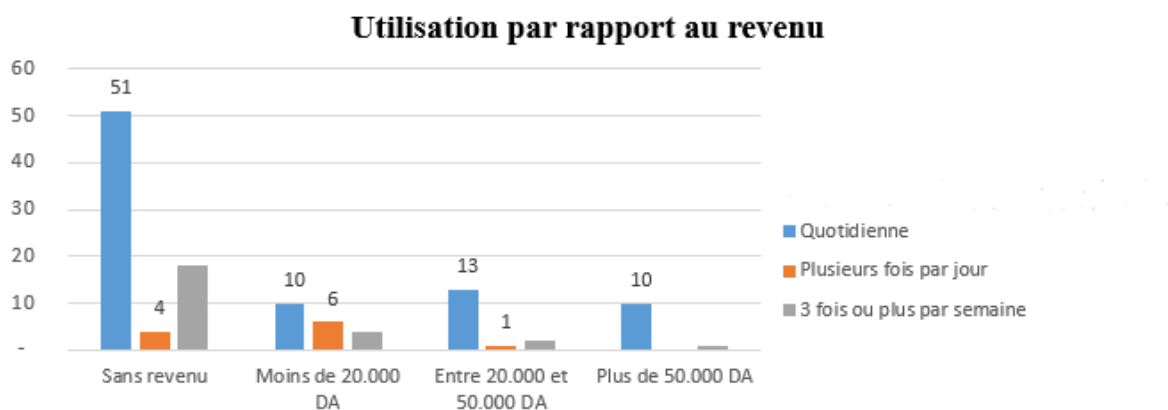
Notre enquête nous a permis de déterminer que la majorité des personnes interrogées consacre un budget important pour l'achat des produits cosmétiques, soit un taux de 29% pour un budget de moins de 1000 DA, avec respectivement, 43.3% pour un budget entre 1000 et 2000 DA, 21.7% entre 2000 et 5000 DA et 6 % pour un budget de plus de 5000 DA.

On remarque que les personnes sans revenu qui sont majoritairement âgés de moins de 25ans consacre un budget plus important que les personnes qui ont un salaire de moins 20000DA dont l'âge moyen varie entre 26 et 40ans, on constate aussi que les personnes ayant un salaire entre 20000 et 50000 DA sont majoritairement âgés entre 26 et 40ans consacre un budget plus important à ceux ayant un budget de plus de 50000 DA est qui sont pour la plupart âgées de 40ans.

On conclut par cette analyse que plus l'Âge des interviewés augmente leur intérêt pour le produit cosmétique diminue. **Cependant, le budget consacré pour l'achat de produits cosmétiques ne dépend pas du revenu, mais il dépend de l'âge de la personne.**

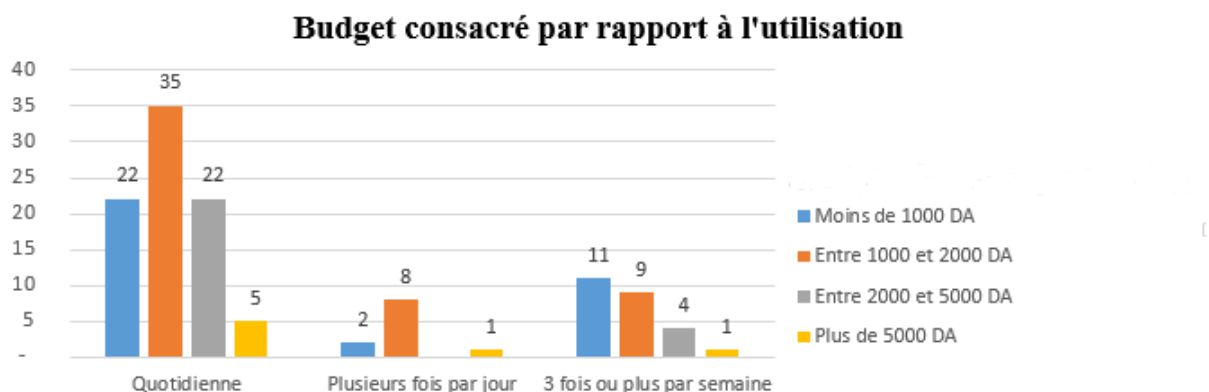
3.3.5 La fréquence d'utilisation selon le revenu et le budget consacré pour l'achat d'un produit cosmétique

Figure N°04-03 : Fréquence d'utilisation par rapport au revenu



Source : Réalisé par nous-mêmes, à partir des résultats de notre enquête.

Figure N°05-03 : Budget consacré par rapport à la fréquence d'utilisation



Source : Réalisé par nous-mêmes, à partir des résultats de notre enquête.

La « Figure N°04-03 » nous a permis de constater dans un premier lieu, que plus le revenu augmente, plus la fréquence d'utilisation des produits cosmétiques diminue.

Dans un second temps cette enquête nous a aussi permis de constater que plus le nombre d'utilisation est important plus le budget consacré est élevé «Figure N°05-03». Ce qui veut dire qu'il peut ressortir une corrélation entre le revenu et la fréquence d'utilisation ainsi que le budget consacré par le consommateur.

CHAPITRE III : CAS PRATIQUE SECTEUR COSMETIQUE

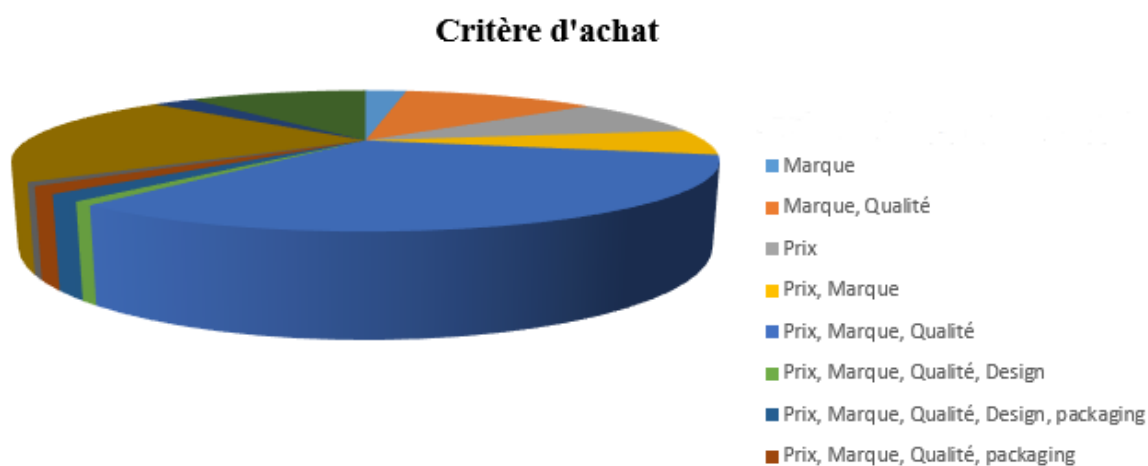
3.3.6 Critère D'achat :

Tableau N°08-03 : Critère d'achat

Critère d'achat	Qualité	Prix	Marque	Design	Packaging	Autre	Total*
Nombre de réponses	99	90	68	3	8	0	268
Taux	82.5%	75%	56.7%	2.5%	6.7%	0%	100%

Source : Résultat de notre enquête/* Le total des réponses dépasse le nombre de consommateurs (120), puisqu'il s'agit d'une question à choix multiples.

Figure N°06-03 : Critère d'achat



Source : Réalisé par nous-mêmes, à partir des résultats de notre enquête.

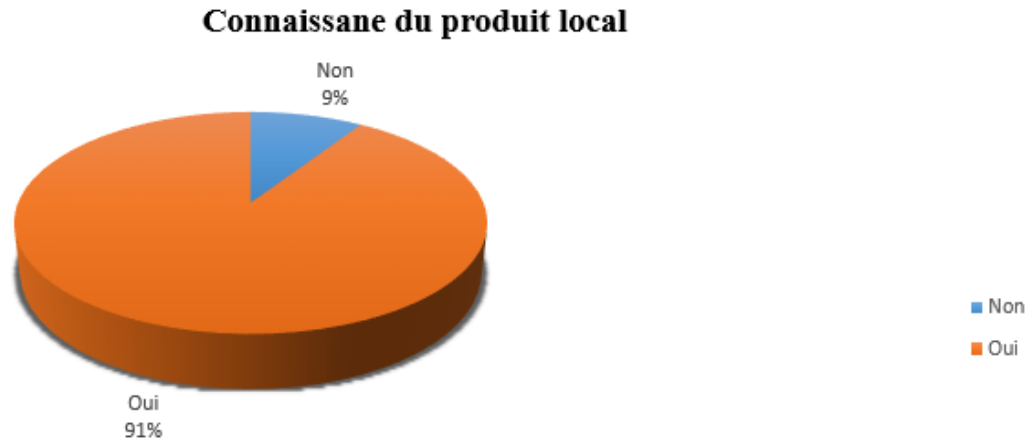
Cette analyse nous a permis de comprendre le critère ou les critères qui poussent les consommateurs à acheter un produit cosmétique.

Dans notre cas en remarque qu'avec 82.5% la qualité d'un produit est un critère important dans le choix du consommateur, ensuite le prix avec 75% et la marque du produit avec 56.7% le reste est partagé entre le design (2.5%) et le packaging (6.7%) ;

Ce qui veut dire que quel que soit le revenu du consommateur, le plus important pour lui c'est la qualité du produit ensuite son prix.

3.3.7 Connaissance du produit local et ses moyens de promotion :

Figure N°07-03 : connaissance du produit local



Source : Réalisé par nous-mêmes, à partir des résultats de notre enquête.

Tableau N°09-03 : Moyens de connaissance du produit local

Sources d'information	Publicité	Bouche à oreille	Foires	Exposition	Réseaux sociaux	Autre	Total**
Nombre de Réponses	64	52	9	12	81	1	219
Taux	53.3%	43.3%	7.5%	10%	67.5%	0.8%	100%

Source : Résultat de notre enquête /** Le total des réponses dépasse le nombre de consommateurs (120), puisqu'il s'agit d'une question à choix multiples.

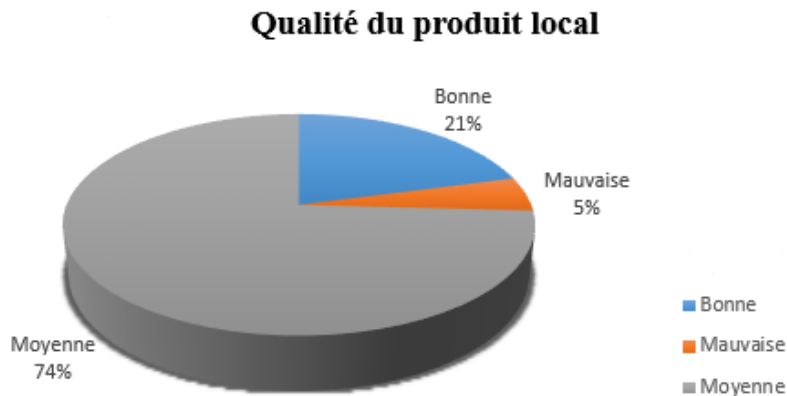
La « Figure N°07-03 », nous pousse à dire que le produit cosmétique algérien est assez connu par le consommateur local avec un taux de 91% disent le connaître et 9% non.

Cependant le « Tableau N°09-03 », nous permet de dire que les réseaux sociaux est le moyen le plus utile pour faire connaître le produit cosmétique national, car 81 personnes disent l'avoir connu grâce aux réseaux sociaux, il s'est connu aussi par la publicité (64 réponses) On remarque aussi que le produit peut être connu grâce au bouche-à-oreille qui représente 52 réponses de notre enquête

Néanmoins notre enquête nous a permis aussi de dire qu'il y'a un manque de promotion du produit local, car 7.5% seulement disent l'avoir connu grâce aux foires et 10% grâce aux expositions. Un nombre assez faible pour un outil et un moyen très efficace de promotion d'un produit.

3.3.8 Évaluation du produit local :

Figure N°08-03 : Qualité du produit local



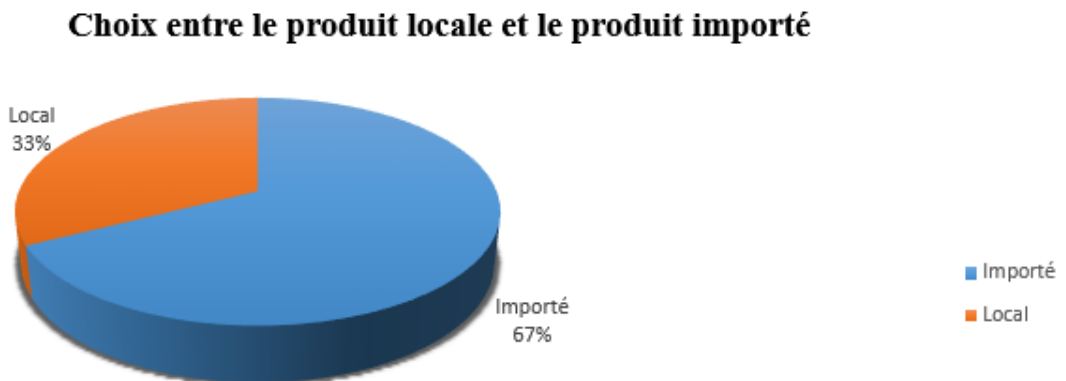
Source : Réalisé par nous-mêmes, à partir des résultats de notre enquête.

Avec 89 réponses sur 120 personnes, notre analyse nous a permis de dire que le produit cosmétique national est d'une qualité assez moyenne selon le consommateur algérien, et que 6 personnes le jugent de mauvaise qualité, par contre 25 personnes ont dit qu'il est bon ;

Cependant, 11 personnes ont répondu qu'ils n'ont pas connu les produits cosmétiques locaux, donc ils l'ont jugé sans avoir connu.

3.3.9 Choix entre le produit local et importé :

Figure N° 09-03 : Choix entre le produit local et importé



Source : Réalisé par nous-mêmes, à partir des résultats de notre enquête

CHAPITRE III : CAS PRATIQUE SECTEUR COSMETIQUE

Tableau N° 10-03 : Critère de choix entre importation et produit local

⊖ Importé	81
Disponibilité	7
Disponibilité, Prix	17
Disponibilité, Réputation de la marque, Prix	1
Je ne consomme pas	1
Je ne le consomme pas	1
Prix	22
Qualité	6
Qualité, Disponibilité, Prix	3
Qualité, Disponibilité, Réputation de la marque	1
Qualité, Disponibilité, Réputation de la marque, Prix	3
Qualité, Prix	7
Qualité, Réputation de la marque	3
Qualité, Réputation de la marque, Prix	1
Réputation de la marque	1
Réputation de la marque, Prix	2
(vide)	5
⊖ Local	39
Disponibilité	5
Disponibilité, Prix	8
Prix	3
Qualité	5
Qualité, Disponibilité, Prix	8
Qualité, Disponibilité, Réputation de la marque, Prix	2
Qualité, Prix	4
Qualité, Réputation de la marque	1
Réputation de la marque, Prix	1
(vide)	2
Total général	120

Source : Réalisé par nous-mêmes, à partir des résultats de notre enquête.

La « figure N°09-03 » est un graphes en secteur qui nous démontre la préférence du consommateur algérien de produits cosmétiques à 67% pour les produits importés face à 33% pour les produits locaux.

Néanmoins le résultat de la « Figure N°09-03 » est justifié dans « Tableau N°10-03 » qui montre que les consommateurs de produit cosmétique justifient leur choix de préférence pour le produit cosmétique importé par la qualité de ses produits, donc il accorde une confiance au produit étranger et sa réputation contrairement au produit local.

Cependant on remarque que les consommateurs qui ont choisis le produit local justifient leur réponse par le prix et la disponibilité du produit par rapport au produit importé.

3.3.10 Les causes du choix entre le produit importé et le produit local

On a ajouté une question ouverte (champs vide) pour qu'ils puissent s'exprimer en ce qui concerne la cause du choix entre le produit importé et le produit local ;

CHAPITRE III : CAS PRATIQUE SECTEUR COSMETIQUE

Tableau N° 11-03 : Les raisons du choix entre le produit local et le produit importé :

Importé	Local
<ul style="list-style-type: none">✓ L'avantage d'une bonne qualité✓ Le produit importé est plus fiable et efficace et tiens ses promesses comparant au produit local✓ La bonne réputation✓ La mauvaise expérience avec les produits locaux✓ Les entreprises à l'étranger sont plus expérimentées dans ce secteur✓ Les produits importés sont dotés d'un bon rapport qualité/prix contrairement aux produits locaux✓ Manque de confiance pour les produits locaux✓ Ancienneté✓ Problème de normes✓ Une habitude	<ul style="list-style-type: none">✓ La disponibilité et le prix raisonnable✓ Pour améliorer les produits locaux et éventuellement les exporter à l'étranger✓ Pour encourager la production locale✓ La croissance des entreprises locales ✓ La composition

Source : Réalisé par nous-mêmes, à partir des résultats de notre enquête.

Conclusion de l'analyse :

Le questionnaire est un outil efficace pour analyser le comportement du consommateur algérien face au produit local et importé, ce questionnaire nous a permis d'établir des analyses approfondies sur le choix et le critère de choix d'un produit cosmétique.

Cette étude nous a permis de constater que plus la fréquence d'utilisation des interviewés est intense plus le budget consacré augmente, et plus l'Âge augmente et plus l'intérêt pour le produit cosmétique diminue.

Parmi les résultats qui ressortent de notre enquête on remarque que le consommateur a une préférence pour le produit étranger, car il a plus confiance en ce dernier et il le juge de plus bonne qualité que le produit local.

Conclusion

Pour conclure, on remarque que le secteur cosmétique algérien connaît ces dernières années une évolution en matière d'importation, ce dernier qui est contrôlé par une réglementation qui a pour but de protéger le consommateur. Cependant cette réglementation n'est pas en faveur du producteur local, car ce dernier est mis à égalité avec l'importateur et ne dispose pas de texte en sa faveur.

Par ailleurs les lourdeurs administratives, le problème de foncier, et le manque de formation entravent l'évolution de l'entreprise du secteur cosmétique ;

CHAPITRE III : CAS PRATIQUE SECTEUR COSMETIQUE

Notre analyse du questionnaire nous a permis d'avoir un avis des consommateurs sur la production locale qu'ils jugent de qualité moyenne contrairement à l'importation, ce qui nous indique que le consommateur local n'est pas prêt de changer son comportement vis-à-vis du produit nationale et ce pour leur manque de confiance. D'autre part en remarque le produit algérien a aussi une mauvaise image de marque, car une petite partie de notre échantillon a jugé le produit locale sont même pas le connaitre.

Recommandations

- Améliorer la qualité des produits et signer des partenariats avec des laboratoires de recherche pour assurer une meilleure maîtrise et amélioration de la qualité.
- Faire des études de marchés poussées pour connaître le comportement du consommateur envers sa marque et ainsi prendre les meilleures décisions marketing.
- Développer les clients d'un simple consommateur à un ambassadeur de la marque.
- Tracer des stratégies de développement et de fidélisation des clients.
- Organiser des évènements de vulgarisation du produit et participer aux foires et évènements nationaux et internationaux pour faire connaître son produit.
- Mettre en place un département ou une direction de communication qui trace des plans de communication et de publicité trimestriels, semestriels et annuels :
 - Faire recours à la presse écrite,
 - Faire recours à la publicité sur radio et télévision,
 - Signer des partenariats avec les influenceurs des réseaux sociaux.
- Le recours au marketing digital notamment sur les réseaux sociaux, ainsi créer un site spéciale de l'entreprise avec un contenu interactif et des pages officielles sur les réseaux sociaux.

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE

Conclusion Générale

Les échanges internationaux sont importants pour la survie de l'économie d'une nation, car il est pratiquement impossible de vivre en autarcie. Il est vrai que le commerce international représente l'amont d'une économie, mais il peut parfois engendrer une certaine dépendance et une dégradation des termes de l'échange, ce qui va constituer un frein pour l'économie et les industries productives.

L'Algérie est l'un des meilleurs exemples de dépendance, exportatrice à plus de 95% des hydrocarbures et importatrice de tous les produits que ce soit alimentaires ou autres. Cette situation est due au retard dont souffre l'appareil productif par rapport aux autres nations. Et malgré les différentes tentatives du gouvernement d'insertion dans une économie de marché et de sortir de sa situation délicate vis-à-vis des importations, Il en demeure que la situation du pays est de plus en plus difficile, car le retard dont dispose l'industrie productive va pousser l'Etat à importer davantage, et à prix élevé et en contrepartie exporter plus d'hydrocarbures ce qui va engendrer les termes de l'échange.

Dans le même contexte, le retard des producteurs locaux n'est pas le seul obstacle devant l'indépendance de l'économie nationale, car malgré les mesures prises par l'État, cela ne pourra pas suffire. En effet le problème vient aussi des administrations. Ses dernières qui sont non seulement bureaucrate, mais aussi très lente et dispose de moyens insuffisants ce qui freine les producteurs locaux durant l'exercice de leurs activités. En ce qui concerne la réglementation on ne constate qu'un secteur en pleine évolution tel que le cosmétique ne dispose d'aucune loi qui différencie le producteur de l'importateur. Ce qui nous amène à penser que le producteur national devrait disposer de textes règlementaires dédiés à son activité afin de le différencier par rapport à l'importateur et d'aider les PME spécialisées dans le cosmétique à lutter contre la concurrence étrangère et améliorer leur capacité de production.

La pandémie de COVID-19 et l'effondrement simultané des prix du pétrole ont frappé de plein fouet l'environnement macroéconomique vulnérable de l'Algérie, mettant les nouvelles autorités aux prises avec une crise multiforme. Si l'adoption rapide de mesures de confinement a contribué à ralentir la pandémie, celles-ci ont gravement entravé l'activité. La forte baisse des prix et de la demande d'hydrocarbures à l'échelle mondiale a ajouté aux difficultés du secteur, réduisant encore davantage la rente des hydrocarbures. De ce fait, une action rapide pour réduire le double déficit et l'adoption de réformes structurelles propices à une croissance tirée par le secteur privé sont plus que jamais nécessaires¹.

Ce travail est consacré à l'étude de la possibilité de substituer l'importation par la production locale en prenant exemple les produits cosmétiques. A cet effet, des questionnements ont été suscités et auquel nous avons tenté d'apporter des éléments de réponses, tout au long de ce mémoire, notre travail s'est basé sur l'environnement qui influence la production locale. Pour arriver à avoir nos résultats, nous nous sommes basées sur deux approches méthodologiques la première approche est d'ordre théorique, la deuxième est d'ordre pratique avec deux études la première qualitative et la deuxième quantitative.

À travers notre étude sur le terrain, nous avons pu constater que l'entreprise productive du secteur cosmétique évolue dans un environnement qui souffre d'un manque de textes

¹<https://www.awex-export.be/fr/marches-et-secteurs/algerie> Consulter le 30/05/2021 à 19h21

CONCLUSION GENERALE

réglementaires, ces derniers qui ne sont pas favorables pour l'entreprise dans son activité productive. Ce qui nous a poussé à infirmer la première hypothèse, car nous avons trouvé que l'environnement des affaires réduit la capacité de la production.

Par ailleurs nous nous sommes aussi intéressées au comportement du consommateur algérien vis-à-vis du produit local. Nous avons constaté que le consommateur algérien juge le produit local de qualité moyenne et ne lui procure pas la confiance nécessaire. Ce qui réduit la demande des consommateurs et redirige cette dernière vers les produits importés, malgré la crise économique due à la COVID-19 récemment qui limite l'importation des biens et des services en volume et en valeur qui implique l'augmentation des prix des produits importés, cela n'empêche pas le consommateur Algérien à préférer le produit importé.

Tout cela nous amène à infirmer les trois hypothèses puisque le consommateur algérien demande de plus en plus le produit importé, la qualité du produit local ne lui permet pas d'être une véritable alternative aux importations et que l'arrivée de la pandémie ne nous permet pas d'absorber la production locale.

Cependant, à travers notre étude sur le terrain, nous sommes arrivés à un stade où nous avons conclu que l'économie algérienne actuelle ne peut pas substituer les importations par la production locale dans le secteur cosmétique. Ceci est dû principalement au cadre réglementaire qui encadre le secteur cosmétique algérien, ainsi que le manque de confiance que procurent le produit local auprès des consommateurs et la mauvaise image du produit local.

Toute fois notre mémoire présente quelque limite qui peuvent faire l'objet de recherche ultérieure, en effet il serait utile une analyse plus poussée sur les possibilités de substituer l'importation par la production locale, afin de déterminer les vrais obstacles qui freine les producteurs locaux, par ailleurs une étude de terrain comparative entre différentes entreprises productrices, de différents secteurs seraient nettement profitable afin d'identifier les autres facteurs qui influence sur les producteurs locaux, non pris en compte dans notre étude.

Bibliographie

1- Ouvrages

- Bernard Frederick, Dictionnaire des questions internationales, Editions de l'Atelier, 1995
- Corinne pasco, commerce international 4eme édition, Dunod, Paris 2002
- Emmanuel Nyahoho et Pierre-Paul Proulx, Le commerce international.
- Henri TRUCHY et Auguste MURAT, Précis D'Économie politique 2, Édition Nouvelles Éditions latines, 1951
- Jean Marc FONTAINE, «Mécanismes et politiques de développement économique : du Big-Push à l'ajustement structurel», Édition CUJAS, Paris, 1994.
- Jean-Marie CARDEBAT, la mondialisation et l'emploi, éditions la découverte, paris, 2002
- Jean KOGEJ, les mutations de l'économie mondiale du début du XXe siècle aux années 1970 en fiches, Editions Bréal, 2008.
- Philippe Deubel, Marc Montoussé, Serge d'. Agostino, Dictionnaire de sciences économiques et sociales, Editions Bréal, 2008.
- Philippe VINCENT, Institutions économiques internationales, LARCIER, 2009.
- René SANDRETTO, le commerce international, édition Armand Colin, paris, 1989,1995
- Serge d' AGOSTINO, Marc MONTOUSSE, Alain CHAFFEL, Jean-Marc Huart, «100 fiches pour comprendre la mondialisation», Éditions Bréal, 2006.
- Thierry jouan, Techniques et management des opérations de commerce international.

2- Thèses et mémoires

- Mémoire de fin d'études « Evaluation des retombées du Plan Complémentaire de Soutien à la Croissance Economique (PC SCE) 2005- 2009 en Algérie sur l'emploi et la productivité » Réalisé Par : NAIT SLIMANI Mohand Encadré par Monsieur : SILEM Sabrina A- GORMIT, Promotion2008

3- Revues et articles

- IMPACT DE LA CRISE DE LA COVID-19 SUR L'ÉCONOMIE FRANCILIENNE MARS À OCTOBRE 2020 - DOSSIER TECHNIQUE
- Djadid El-iktissad Review. Vol 11 Décembre 7102 « LA DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE : UN CHEMIN D'AVENIR POUR L'ALGERIE »
- Revue sciences humaines, Programme d'ajustement structurel et résultats socio-économiques en Algérie, n°18, décembre 2002

- Grégoire DELHAYE et Loïc Le Pape, « Les transformations économiques en Algérie », Journal des anthropologues, 96-97 | 2004
- Seddiki MALIKA, Investissements publics et Gouvernance en Algérie : Quelle Relation ? Faculté des Sciences économiques, Sciences commerciales et Sciences de Gestion Université Alger 3.
- Revue des dépenses publiques, à la recherche d'un investissement public de qualité, Document de la Banque mondiale, Volume I, Rapport N° 36270 – DZ, 15 août 2007
- Journal ELWATAN, lundi 11 avril 2005
- Ministère de l'industrie et la promotion de la PME, Revue n°1, janvier 2011
- Rapport du FMI, n°16/127, mai 2016
- Rapport de la banque central, évolutions économiques et monétaires en Algérie, 2014
- STATISTIQUES DU COMMERCE EXTERIEUR DE L'ALGERIE (Période : Premier trimestre de l'année 2020 « Direction des Etudes et de la Prospective »
- ANALYSE RAPIDE DE L'IMPACT SOCIO-ECONOMIQUE DUCOVID-19 SUR L'ALGERIE Préparé par le Système des Nations Unies en Algérie En collaboration avec le Bureau Maghreb de la Commission Economique pour l'Afrique
- Les cahiers du CREAD n°105/106-2013
- JOURNAL OFFICIEL DE LA RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE, N. 02, du 11 janvier 2017
- Article 2, journal officiel, n°4, du 15 janvier 1997
- Journal officiel, n°4, du 15 janvier 1997
- Article 13, journal officiel, n°26, du 21 avril 2010
- Filière des cosmétiques en Algérie, 40% du marché, échappe au contrôle, L'éco n°91 / du 16 au 30 juin 2014
- Nassima BENARAB, Filière des cosmétiques en Algérie, Revue bimensuelle de l'économie et de la finance, n91 du 16 au 30 juin 2014

4- Codes et lois

- Décret exécutif n°90-366 du 10 novembre 1990
- Loi n° 97-37, du 14 janvier 1997
- Décret exécutif n° 03-318 du 30 septembre 2003
- Décret exécutif n° 08-313 du 05 octobre 2008
- Décret exécutif n° 10-114, du 18 avril 2010

5- Sites internet

- <http://www.ummt0.DZ/IMG/PDF/>
- <https://www.banquemondiale.org/fr/topic/trade/overview>
- <http://depot-e.uqtr.ca/id/eprint/6854/1/030492729.pdf>
- <https://www.petite-entreprise.net/P-2863-136-G1-export-tout-savoir-sur-exportation.html>
- <https://www.maxicours.com/se/cours/l-evolution-des-echanges-internationaux/>
- https://www.wto.org/french/news_f/pres20_f/pr855_f.htm
- <https://www.radioalgerie.dz/news/fr/article/20160102/63155.html>
- http://www.huffpostmaghreb.com/2016/01/14/credit-consommation-jon_8978226.html
- <http://www.algerie-eco.com/index.php/2017/03/04/secteur-informel-represente-45-pnb/>
- <http://www.fce.dz/bassma/>
- <http://www.andi.dz/>
- <http://www.algex.dz/index.php/qui-sommes-nous>

Annexes

Annexe1 : guide d'entretien

Présentation de l'entreprise

- ✓ Quelle est la date de création de l'entreprise ?
- ✓ Quelles sont les activités principales et nature de l'activité ?
- ✓ Quel est le nombre de salariés ?
- ✓ Quel est le nombre de produits ?
- ✓ Quelle est la quantité produite et d'importation ?
- ✓ Quel est le Chiffre d'affaires de l'entreprise pour le dernier exercice ?
- ✓ Qui sont les clients et fournisseurs de l'entreprise ?

Question d'analyse

- ✓ Que ce qui vous incite à choisir le cosmétique ?
- ✓ Quelles étaient vos perspectives lors de la création ?
- ✓ Avez-vous trouvé des difficultés lorsque vous avez débutés ?
 - Administratif ?
 - Financier ?
- ✓ Est-ce que l'État vous a aidé lors de votre création ?
 - Si oui. Comment ?
 - Si non. Pourquoi ?
- ✓ Après 8 ans d'activité quelles sont les difficultés que vous trouvez aujourd'hui ?
- ✓ Que pensez-vous de l'article 13 du Décret exécutif n° 97-37 du 14 janvier 1997 modifié en 2010 qui précise les conditions la fabrication, le conditionnement et l'importation de tout produit cosmétique et produit d'hygiène corporelle ?
- ✓ Depuis 2000, l'État travaille dans un plan afin de diversifier son économie, que pensez-vous de s'est plans ? À ce qu'ils ont un impact sur le secteur cosmétique ?
- ✓ Que fait l'Etat pour encourager les producteurs locaux en matière de communication ?
- ✓ Le marché cosmétique algérien est envahi par des produits étrangers, est-ce que le produit algérien peut lutter face à la concurrence étrangère ?
- ✓ Le marché algérien est touché par la contrefaçon. Que fait l'Etat pour lutter face à la contrefaçon des produits cosmétiques ?
- ✓ Les collectivités locales initient les mesures nécessaires pour l'aide et le soutien à la promotion des PME, notamment par la facilitation de l'accès au foncier et à

l'immobilier convenant à leurs activités et la réservation d'une partie des zones d'activités et des zones industrielles. Cette loi est-elle appliquée ? Et à ce que l'État aide les PME ?

- ✓ Le quota d'importation est-il appliqué pour les produits cosmétiques ?
- ✓ Pensez-vous arriver un jour dont le marché cosmétique sera dominé algérien et les importations seront réduites ?

Annexe2 : Questionnaire

Madame, Monsieur,

Nous sollicitons votre attention afin de répondre à notre questionnaire.

Dans le cadre de la réalisation de notre étude porte sur « La production locale comme levier de substitution aux importations », nous menons une enquête concernant la consommation des produits cosmétiques locaux et importés.

Merci d'accorder 2 minutes de votre temps pour répondre.

1. Êtes-vous ?

- Femme Homme

2. À quelle tranche d'âge appartenez-vous ?

- 18-25ans 26-40ans plus de 40 ans

3. Quel est votre statut professionnel ?

- Etudiant(e) Employé(e) Retraité(e)

4. Quel est votre salaire actuel ?

- Sans revenu Moins de 20.000 DA Entre 20.000 et 50.000 DA
 Plus de 50.000 DA

5. Quel est le produit cosmétique que vous utilisez le plus ?

- Savons-gels nettoyants, Gels douche Parfums, Déodorants
 Soins capillaire, Shampoing Maquillage Masques de beauté
 Produits solaires Produits pour soin dentaire et buccaux
 Crèmes hydratantes (visage, corps), Crèmes Anti-âge Autre

6. Quelle est votre fréquence d'utilisation des produits cosmétiques ?

- Quotidienne Plusieurs fois par jour 3 fois ou plus par semaine

7. Quel budget consacrez-vous aux produits cosmétiques par mois ?

- Moins de 1000 DA Entre 1000 et 2000 DA Entre 2000 et 5000 DA
 Plus de 5000 DA

8. Quel est votre critère d'achat ?

- Prix Marque Qualité Design Packaging
 Autre

9. Connaissez-vous les produits cosmétiques algériens ?

- Oui Non

10. Si oui, par quel moyen ?

- Publicité Bouche à oreille Foires Exposition Réseaux sociaux
 Autre

11. Quelles marques utilisez-vous ?

- L'Oréal Maybeline Garnier Venus Abu Saad
 Swalis Autre

12. Comment jugez-vous la qualité des produits locaux ?

- Bonne Moyenne Mauvaise

13. Pourquoi consommerez-vous un produit cosmétique local ?

- Qualité Disponibilité Réputation de la marque Prix
 Autre

14. Préférez-vous un produit local ou importé ?

- Local Importé

15. Pourquoi ?

une réponse courte

Remerciements	
Dédicaces	
Résumé	
Liste des tableaux et figures	
Liste des abréviations	
Introduction Générale	2
CHAPITRE I : ASPECT THÉORIQUE DU COMMERCE INTERNATIONAL	6
SECTION01 : Les échanges extérieurs à l'échelle internationale	6
1.1 L'importation :	6
1.2 L'exportation :	9
SECTION 02 : L'importance et la structure des échanges	11
2.1 Les données statistiques principales du commerce extérieur.....	11
2.2 Le commerce international par secteurs géographiques :	18
2.3 L'évolution des échanges par nature :	19
SECTION 03 : Les tendances récentes du commerce international	19
3.1 Les effets du COVID-19 sur le commerce international :	20
3.1.1 Perspectives du commerce en 2020 et 2021 :	21
CHAPITRE II : L'ÉCONOMIE ALGÉRIENNE ENTRE DÉPENDANCE ET DIVERSIFICATION	29
SECTION 01 : Historique sur l'économie Algérienne	29
1.1 Historique sur l'économie nationale :	29
1.2 L'évolution de la balance commerciale Algérienne :	34
1.3 L'impact de la crise du COVID-19 sur l'économie algérienne :	38
SECTION 02 : Mesure de diversification de l'économie Algérienne	45
2.1 Les mesures de diversifications :	45
SECTION 03 : Organismes et Label	51
3.1 Forum des chefs d'entreprise (FCE)	51
3.2 BASSMA Djazairia :	52
3.3 Agence nationale de développement de l'investissement (ANDI)	53
3.4 Chambre algérienne de commerce et de l'industrie (CACI).....	53
3.5 Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX) :	54
3.6 Centre algérien du contrôle de la qualité et de l'emballage (CACQE) :	55
CHAPITRE III : CAS PRATIQUE SECTEUR COSMETIQUE	57
SECTION 01 : Le secteur cosmétique en Algérie	57
1.1 Définition produit cosmétique.....	57

1.2	Règlementation du secteur cosmétique algérien :	57
1.3	Catégorie de produits cosmétiques et d'hygiène corporelle	59
1.4	Présentation générale du secteur cosmétique algérien	60
1.5	Présentation de l'entreprise :	61
1.6	Les produits fabriqués par l'entreprise :	61
1.7	Production et importation de matières premières :	61
1.8	Les fournisseurs de l'entreprise :	62
SECTION 02 : JAWDA PLUS COSMETICS entre obstacle et opportunité		62
2.1	Le déroulement de l'entretien et la structure du guide d'entretien	63
2.2	Présentation et analyse de l'entretien	63
SECTION 03 : Enquête sur le terrain		65
3.1	Objectif de l'enquête de terrain :	66
3.2	Méthodologie de l'enquête de terrain :	66
3.3	Présentation des statistiques des enquêtées :	67
Conclusion de l'analyse :		75
Recommandations		77
Conclusion Générale.....		79
Bibliographie		
Annexes		
Table des matières		