

Ecole Des Hautes Etudes Commerciales

EHEC

**Mémoire de fin de Cycle pour l'obtention du diplôme de
Master en Sciences Commerciales**

Option : Affaires Internationales

THEME:

**Le rôle des banques algériennes dans les opérations
d'exportation**

ETUDE DE CAS : BNP Paribas ELDJAZAIR

AGENCE –SKIKDA-

Elaboré par :

Melle Selma SEKELLI

Encadreur :

Mme Farah Benyounes.

Vacataire à EHEC.

04ème Promotion

Juin 2017

Ecole Des Hautes Etudes Commerciales

EHEC

**Mémoire de fin de Cycle pour l'obtention du diplôme de
Master en Sciences Commerciales**

Option : Affaires Internationales

THEME:

**Le rôle des banques algériennes dans les opérations
d'exportation
ETUDE DE CAS : BNP Paribas ELDJAZAIR
AGENCE –SKIKDA-**

Elaboré par :

Melle Selma SEKELLI

Encadré par :

Mme Farah Benyounes.

Enseignante vacataire à EHEC.

04ème Promotion

Juin 2017

Résumé

L'économie nationale est fortement dépendante à l'égard des revenus financiers tirés des exportations des hydrocarbures, la chute des cours de pétrole a poussé les pouvoirs publics à chercher d'autres solutions vu que la balance commerciale est devenue déficitaire. L'un des axes sur lequel l'état algérien a planché, est le développement des exportations hors hydrocarbures.

Dans ce mémoire nous allons présenter le cadre conceptuel des exportations, l'état des lieux des exportations hors hydrocarbures algériennes ainsi que les contraintes liées à l'exportation des produits algériens en raison d'une faible présence de ces derniers sur le marché étranger, et dans le cadre du développement des exportations hors hydrocarbures, nous nous intéresserons aux mesures règlementaires et aux facilitations accordées par la banque d'Algérie aux exportateurs algériens afin de les aider à la concrétisation de leurs projet d'exportation.

Mots clés : exportation, banque, réglementation, facilitation, financement des exportations.

الملخص

يعتمد الاقتصاد الوطني بشكل كبير على الدخل المالي من صادرات النفط و الغاز حيث أن سقوط أسعار النفط دفعت الحكومة للبحث عن حلول أخرى لأن الميزان التجاري أصيب بالعجز, و من بين الحلول التي اتجهت إليها الدولة الجزائرية هي تنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات ت.

في هذه المذكرة سوف نقدم الإطار المفاهيمي للصادرات , حالة طبيعة الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات , القيود المتعلقة بتصدير المنتجات الجزائرية بسبب نقص هذه الأخيرة في الأسواق العالمية.

وفي إطار تنمية الصادرات الغير نفطية سوف نهتم بالمقاييس القانونية و التسهيلات المقدمة من طرف بنك الجزائر للمصدرين الجزائريين لمساعدتهم في تحقيق مشاريعهم في التصدير.

الكلمات المفتاحية :

تصدير, بنك, قواعد, تسهيلات, تمويل المصدرين.

Abstract

The National Economy is heavily dependent on financial revenues derived from hydrocarbon exports; the fall in oil prices prompted the government to seek alternative solutions as the balance of trade became deficit,

One of the axes on which the Algerian state has worked is the development of non-hydrocarbon exports from Algeria and the constraints linked to the export of Algerian products due to their low presence on the foreign market, we will be interested in the regulatory measures and facilitations granted by the bank of Algeria to the Algerian exporters in order to help them realize their export projects.

Keywords:

Export, Banking, Regulation, Facilitation, Financing of Exports.

Remerciement

Je tiens à exprimer ma profonde gratitude et reconnaissance à Madame *Farah Benyounes*, qui a accepté de diriger ce mémoire, pour la confiance qu'elle m'a accordée et les précieux conseils qu'elle m'a apportés tout au long de ce projet.

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

Mes remerciements s'adressent également à Mr *Belounis Bakir*, Mr *Bendjamaa Issam*, à Mr *Neouchi kheireddin*, et à toutes les personnes de l'agence BNP PARIBAS El Djazair SKIKDA pour leurs accueils et leurs aides.

J'aimerais également remercier l'ensemble du personnel enseignant de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales d'Alger, pour le sérieux et la qualité de l'enseignement qu'ils ont fourni durant ces années d'études

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

Merci à vous tous !

Dédicaces.

A ma mère.

Liste des tableaux

N°	Titre	Page
1	la sélection des marchés étrangers	14
2	La matrice de sélection	15
3	Principaux clients de l'Algérie à l'exportation	21
4	Evolution du commerce extérieur (2015/2016)	22
5	Evolution de la balance commerciale (2014/2016)	23

Liste des figures

Figure N°	Titre	page
1	Evolution du commerce extérieur 2015/2016	22
2	L'évolution de la balance commerciale de l'Algérie (Années : 2014-2016)	23
3	Schéma d'une opération d'affacturage	54
4	Schéma représentatif d'une opération de crédit fournisseur	57
5	Schéma représentatif d'une opération de crédit acheteur	60
6	Schéma représentatif d'une opération de leasing	64
7	Schéma représentatif d'une opération de forfaitage	68
8	Schéma représentatif d'une confirmation de commande	70
9	Organigramme de la BNP Paribas Eldjazair	78
10	schéma de la structure d'organisme d'accueil	79

Liste des abréviations

BADR : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural.

BCA : Banque Centrale d'Algérie

BDL : Banque De Développement Local

BEA : Banque Extérieure d'Algérie

BGL : Banque Générale Du Luxembourg

BNA : Banque Nationale d'Algérie

BNCI : Banque Nationale du Commerce et de L'industrie

BNCIA : Banque pour le Crédit et l'Industrie d'Afrique

BNL : Banque Nationale De

BNP : Banque Nationale de Paris

BPPB : Banque De Paris et de Pays Bas

CAAR : Caisse Nationale D'assurance Et De Réassurance

CEDAC : Compte En Dinar Algérien Convertible

CFAT : Crédit Foncier d'Algérie et de Tunisie

CIB : Corporate and Investment Banquinig

CIC : Le Crédit Industriel et Commercial

CNAN : Companie Nationale Algérienne de Navigation

CNEP : Caisse Nationale d'Epargne t de Prévoyance

CPA : Crédit Populaire Algérien

DAB : Distributeur Automatique Des Billets

DAT : Dépôts A Termes

DSO : Day Sales Outstanding

DZD : Dinar Algérien

EAE : Enquête Annuelle d'Entreprise

FOB : Free On Board

HH : Hors Hydrocarbures

IRB : International Retail Banquinig

PF : Personnal Finance

PIB : Produit Intérieur Brut

SAA : Société Algérienne d'Assurance

SNS : Société Nationale De Sidérurgie

USD : United State Dollars

Sommaire

Chapitre 01 : cadre global d'analyse des exportations.....	05
Section 01 : définition et déroulement d'une opération d'exportation.....	05
Section 02 : l'exportation en Algérie.....	19
Chapitre 02 : le système bancaire algérien.....	29
Section 01 : L'historique et structure du système bancaire algérien.....	29
Section 02 : les mesures prises par le secteur bancaire Algérien en faveur des exportateurs.....	40
Chapitre 03 : Le financement des exportations.....	48
Section 01 : le financement des exportations à court terme.....	48
Section 02 : le financement des exportations à moyen et long terme.....	55
Chapitre 04 : Etude de cas BNP Paribas Eldjazair agence –Skikda.....	73
Section 01 : présentation de l'organisme d'accueil.....	73
Section 02 la démarche méthodologique de l'enquête.....	80

Introduction générale

Le commerce international est devenu d'une variable importante dans le monde économique contemporain, il manifeste la complémentarité et l'imbrication des producteurs et des consommateurs des différents pays et il affecte l'autonomie des politiques économique.

Il a joué un rôle décisif dans la naissance et l'expansion du capitalisme, c'est un vecteur essentiel du développement de certaines nations. Les nouveaux pays industrialisés, qui ne peuvent plus être considérés comme appartenant au tiers monde en grande partie grâce au développement de leurs exportations.

Les exportations n'étant que le reflet de l'économie générale, en effet, l'Algérie est un pays mono-exportateur d'hydrocarbure (98% des exportations en moyenne), cette situation fait que toute la sphère de l'économie algérienne est soumise à l'aléa des marchés pétroliers et gaziers. La relance des exportations est au centre des débats et le contexte actuel qui entoure les réflexions est marqué par les changements structurels de l'économie nationale tant au niveau de son fonctionnement que de son insertion dans l'économie mondiale.

Les pouvoirs publics se sont aperçus de l'importance des exportations dans la réalisation et l'atteinte de l'équilibre économique et le renforcement de la position du pays dans l'économie mondiale. A cet effet, ils ont mis en place des moyens et mesures incitatifs, favorables au développement des exportations et ce afin de promouvoir, en particulier, les opérations d'exportation hors hydrocarbures.

Le système bancaire a mis à la disposition des opérateurs économiques toute une palette de produits bancaire et a pris des mesures règlementaire pour accompagner et créer un climat favorable qui leurs permet d'exercer leurs activités. Car, l'institution bancaire est au cœur de l'économie nationale, elle gère les dépôts et l'épargne, distribue des crédits, organise le paiement et le change, ainsi, elle anime le marché financier, par ailleurs, la banque est un maillon principale dans toute la chaine d'exportation, et elle rend les échanges commerciaux plus souple et plus rapide qu'il s'agisse d'accompagner les opérateurs économique dans leurs activités commerciales ainsi que de préfinancement, du financement ou de paiement de l'opération.

Notre travail vise à cerner le rôle des banques algériennes dans les opérations d'exportation qui est l'intitulé du présent mémoire «**le rôle des banques algériennes dans les opérations d'exportation**» L'objectif de cette étude est de connaître les mesures règlementaires, incitatives et de facilitation mise en place ainsi que les techniques de financement des exportations utilisées pour développer les exportations hors hydrocarbures et permettre aux

exportateurs algériens de s'ouvrir vers l'extérieur et saisir les opportunités. L'importance de ce thème se trouve dans le contexte où la banque est au centre de l'accroissement des transactions financières des exportations hors hydrocarbures et joue un rôle moteur dans la réalisation des transactions commerciales avec l'étranger pour qu'elles deviennent la part la plus importante des exportations globales.

Dans ce contexte, notre travail tente de traiter la problématique suivante : **quel est le rôle des banques algériennes dans les opérations d'exportation ?**

Cette question principale nécessite d'être analysée et éclairée à partir des Sous questions suivantes :

- La banque accompagnerait elle l'exportateur algérien au cours de la réalisation des opérations du commerce extérieur ?
- Le rôle des banques algériennes se limite-t-il au financement des opérations d'exportation ?
- Le législateur bancaire algérien crée –t-il un climat favorable à l'exportation ?

Suite à ces sous questions, nous avons émis les hypothèses suivantes :

La première hypothèse à savoir : la banque accompagne l'exportateur algérien au cours de la réalisation des transactions du commerce extérieur.

La deuxième hypothèse à savoir : le rôle de la banque ne se limite pas au financement des opérations d'exportation.

Quant à troisième hypothèse : le législateur bancaire crée un climat favorable à l'exportation.

Notre revue de la littérature enrichie par la recherche documentaire portant sur les principaux concepts et règlements traitant notre sujet, nous a permis d'insérer notre étude dans un cadre descriptif et analytique.

Par ailleurs, notre recherche a été renforcée par une partie pratique qui nous a permis de mener une enquête sur le terrain par le biais d'un entretien de recherche adressé aux responsables de l'agence BNP Paribas El djazair -skikda-

Le plan de notre travail est dressé de la façon suivante :

Le premier chapitre sera consacré au cadre global des exportations où nous allons présenter le déroulement d'une opération d'exportation ainsi les états des lieux des exportations en Algérie.

Le deuxième chapitre porte sur le système bancaire algérien tout en se focalisant sur l'institution bancaire et les avantages accordés par le législateur bancaire aux exportateurs par le biais de la réglementation 07/01 du 23 février 2007.

Le troisième chapitre a pour objet de présenter les techniques de financement des exportations qui sont multiples et de plus en plus sophistiquées. Ces techniques sont classées selon le délai de leur réalisation que ce soit à court terme ou à long terme.

Le quatrième chapitre est une étude de cas BNP Paribas Eldjazir agence -Skikda- où nous allons essayer d'étudier analyser les résultats du guide d'entretien qui est destiné aux responsables de l'agence.

Chapitre 01

Cadre conceptuel d'analyse des exportations

Introduction

Il est important pour les entreprises souhaitant conquérir d'autres marchés hors leurs marchés domestiques de procéder à des choix pertinents en matière d'approche des marchés cibles, de maîtriser leurs démarches à l'exportation en mettant en œuvre tous les moyens disponibles pour aboutir à leur but.

Ce chapitre a pour but de la typologie et les différentes formes d'exportation. Nous analyserons ensuite les états des lieux des exportations algériennes. Enfin nous aborderons les contraintes liées à l'exportation des produits algériens.

Section 01 : définition et déroulement d'une opération d'exportation

Sous-section 01 : définitions et typologies des entreprises exportatrices

1. Définition

Définition 01

L'exportation correspond à la vente d'une offre fabriquée dans un pays et vendue dans un autre. Elle représente le plus souvent la première étape d'approche des marchés étrangers. L'entreprise aborde le marché de manière passive. Elle ne s'implante pas dans le pays étranger. Elle correspond à la recherche des clients à l'étranger, une structuration interne de l'entreprise pour la gestion des commandes, de la logistique... elle est un moyen de développer l'activité de l'entreprise afin de répondre par exemple à une saturation de marché domestique et de prolonger le cycle de vie d'une offre¹.

Définition 02

Les exportations sont les ventes déclarées par les entreprises du secteur à l'exportation (c'est à dire hors du pays de résidence) et qui comprennent les livraisons intracommunautaires. Les données collectées et publiées sur les exportations proviennent de l'enquête annuelle d'entreprise (EAE). Leur ventilation est présentée par secteur d'activité et par branche².

L'exportation c'est de faire sortir une partie de la production des biens ou de services du territoire national vers l'étranger, c'est un terme miroir de celui de l'importation, car une vente du pays A au pays B est la même opération qu'un achat du pays B au pays A.

¹ MERCIER-SUISSA, (C) et BOUVERT-RIVAT, (C) : « *l'essentiel des stratégies d'internationalisation de l'entreprise* », Gualino éditeur, EJA, paris, 2007, p.85.

² <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1248> (le 22/04/2017 à 09 h55)

2. les raisons pour lesquelles on exporte

Les raisons de vouloir exporter pour une entreprise peuvent être multiples :

- augmenter le chiffre d'affaire ;
- faire face à la saturation du marché intérieur ;
- améliorer sa compétitivité en réduisant les coûts moyens par les volumes et les économies d'échelle ;
- améliorer la notoriété de l'entreprise ;
- étaler les risques géographiques
- prolonger la durée de vie de produits ;
- rencontrer une réglementation moins contraignante
- consolider l'extension de l'entreprise
- susciter de nouvelles opportunités et développer de nouveaux produits...

3. typologie des entreprises exportatrices

Les entreprises exportatrices peuvent être distinguées en quatre types et cela en fonction de la fréquence de leurs exportations c'est-à-dire en fonction de la durée de présence de ces entreprises sur les marchés à l'exportation¹ :

➤ **Les primo-exportateurs**

Sont des entreprises qui exportent pour la première fois.

➤ **Les exportateurs occasionnels**

Sont des entreprises qui exportent de façon discontinue, leurs exportations sont du caractère sporadique.

➤ **Les exportateurs réguliers**

Sont des entreprises qui exportent au moins pendant cinq années consécutives. Cela suppose l'existence d'une stratégie délibérée et des capacités orientées vers l'exportation.

➤ **Les exportateurs historiques**

¹BUIGUES, (P) et LACOSTE, (D) :« *stratégies d'internationalisation des entreprises* », Editions De Boeck, Paris, 2011. p. 37-38.

Sont des entreprises dont l'exportation est régulière et captive. Ce type d'exportation suppose l'existence d'une stratégie délibérée, des capacités orientées vers l'exportation plus la création d'une filiale commerciale.

4. Le rôle de la structure export

Le succès d'une entreprise à l'export et la rentabilité des opérations reposent sur la parfaite maîtrise des ventes, de la prise de commandes au paiement intégral. Trouver les bons documents douaniers, connaître la réglementation, sélectionner le meilleur mode de paiement, maîtriser les opérations et être réactif dans le traitement des problèmes.

Concrète, complète, cette formation assistant(e) export constitue la formation de référence des collaboratrices et des collaborateurs du service Export.¹

La taille de ce noyau dur c'est-à-dire de la cellule export varie en fonction de la dimension et de la spécificité de l'entreprise, quant à son efficacité, elle dépend du degré d'implication de la direction générale et d'une délégation claire des responsabilités.

Le succès ou l'efficacité de la cellule export reste tributaire du degré de coordination de cette dernière avec les autres fonctions de l'entreprise exportatrice.²

5. Les différents modes d'approche des marchés étrangers

Le choix du mode de présence et de la forme de commercialisation sur les marchés étrangers dépend essentiellement du degré de contrôle que l'entreprise souhaite exercer sur ses circuits de distribution. L'entreprise doit connaître les différentes solutions à sa disposition car les réseaux de vente sont multiples et souvent complexes.³

5.1 L'exportation indirecte

Dans le cas d'une exportation indirecte, l'entreprise exportatrice a un niveau d'engagement et de contrôle faible, elle utilise des intermédiaires pour vendre son offre à l'étranger qui sont souvent occasionnel, on distingue : la société du commerce international, la vente au bureau d'achat ou centrale d'achat, le commissionnaire et le courtier⁴.

¹ <http://www.cegos.fr/formation-assistante-service-export/p-20150844-2015.htm> (le 25/04/2017 à 15h22)

² <https://www.cegos.fr/formation-import-export/p-20170844-2017.htm> (le 25/04/2017 à 16h)

³ www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf/Sequence_6.pdf (le 25/04/2017 à 18h 30)

⁴ MERCIER-SUISSA, (C), BOUVERT-RIVAT, (C) « PME : conquérir des parts de marché à l'international » éditions donud, paris, 2010, p14

5.1.1 Les sociétés du commerce international

Ce sont des sociétés qui se chargent de la revente des produits à l'étranger après en y rajoutent leur marge tout en offrant de nombreux services (stockage, assurance, financement, saisie et traitement d'informations, transfert de technologie). Ces sociétés exercent une activité de négociation internationale, souvent se spécialisent par zone géographique ou par catégories de produits (machines, outils, produits alimentaires...).

5.1.2 La vente aux bureaux d'achat et centrales d'achat

Ils référencent pour le compte d'une chaîne de grands magasins, de groupes de distribution, ou de succursales d'entreprises étrangères implantés dans le pays de l'entreprise exportatrice les produits qui vont être commercialisés. Le recours aux bureaux et centrales d'achat évite aux fabricants de prospecter les marchés étrangers, en plus, ce type d'intermédiaire permet un certain apprentissage du marché, notamment en matière de contraintes applicables au produit.¹

5.1.3 Commissionnaires d'exportation

C'est un commerçant mandaté par la société exportatrice, il intervient de manière ponctuelle et agit en son nom mais pour le compte d'un commettant, spécialisé dans la prospection, la vente, la douane et le transport. C'est un intermédiaire spécialisé par produit et région.

5.1.4 Le courtier

Un intermédiaire indépendant, son rôle est de rapprocher ponctuellement le vendeur et l'acheteur étranger. Il est rémunéré par un courtage ce qui représente souvent un coût faible pour l'entreprise exportatrice.

5.2 L'exportation directe

L'entreprise réalise les ventes et assure la livraison et la facturation sur le marché étranger. L'exportation directe permet à l'entreprise de conserver une maîtrise de sa politique commerciale. Dans ce cas, l'entreprise fournit un effort d'approche du marché en constituant

¹ PASCO-BERHO, (C) , : « *marketing international* », Editions Donud, Paris, 2002, p.82

un réseau de commercialisation. Elle a la possibilité de contrôler, de dynamiser son activité sur le marché étranger en fonction de sa stratégie commerciale propre¹. On distingue :

5.2.1 Le représentant à l'étranger

C'est un employé de l'entreprise exportatrice lié à elle par un contrat de travail, qui a pour mission de prospecter, de prendre de commandes, vendre et informer l'entreprise sur la clientèle et le marché. Il est aussi censé à promouvoir les produits de l'entreprise notamment lors de la participation à des manifestations commerciales (foires, salons...).

Le cout de cette formule est élevé. Car la représentation à l'étranger est rémunérée par un salaire fixe complété par des commissions proportionnelles au chiffre d'affaires.

5.2.2 Bureau de représentation

C'est une implantation souple et légère qui sert à observer le marché cible en identifiant ses principales caractéristiques, la prise de contact avec les clients étrangers en présentant le produit de l'entreprise. Cette forme de présence est souvent temporaire, elle permet à l'entreprise exportatrice d'évaluer les chances de succès ainsi que la rentabilité d'une futur implantation définitive.

5.2.3 La succursale

Il s'agit d'une structure décentralisé du siège de l'entreprise, sans personnalité juridique et fiscale propre, cette dernière est en fonction de droit local, la succursale est chargée d'assurer une présence locale et/ou d'apporter une assistance logistique dans le domaine du service après-vente et du stockage. Elle s'occupe aussi de la transmission de commandes à la société mère, de l'organisation du dédouanement des marchandises, et des livraisons locales.²

5.2.4 La filiale commerciale

Contrairement à une succursale, une filiale est établissement stable à l'étranger doté d'une raison sociale et d'une personnalité juridique propre mais qui reste contrôlée par une société mère détenant tout ou une partie de son capital.³

¹ MERCIER-SUISSA, (C), BOUVERET-RIVAT, (C) « *l'essentiel des stratégies d'internationalisation de l'entreprise* », Edition Gualino, 2007, P.86

² PASCO-BERHO, (C) , « *marketing international* », Opcit, p.168.

³ Ibid, p.169.

5.2.5 Le consignataire

Faire appel à un consignataire est une étape préalable à la création d'une succursale commerciale. Il s'agit de faire recours à un importateur qui n'achètera la marchandise de l'exportateur que si celle-ci est livrée par le client. Car, l'importateur n'est qu'un dépositaire des marchandises.

L'adoption de cette forme lui permet ainsi d'éviter de financer son stock et d'assumer les frais et les risques de sa commande.

L'entreprise exportatrice peut répondre directement aux demandes des clients étrangers depuis son pays d'origine. On distingue deux méthodes de vente :

- vente sur salons

En participant aux salons professionnels et aux foires internationales dans le pays d'origine ou à l'étranger, l'entreprise exportatrice répond aux demandes d'offres. Nous rencontrons ce mode d'accès aux marchés étrangers lorsque les produits ne nécessitent pas un grand service à la clientèle et au niveau des entreprises novices à l'export.

-vente par internet

En créant un site marchand, l'entreprise exportatrice pourra accéder à n'importe qu'elle marché et aucun intermédiaire n'est sollicité.

5.3 Exportation concertée

Lorsque le pays cible présente des difficultés d'accès, l'entreprise exportatrice fait recours à ce type de stratégie qui consiste à coopérer avec d'autres entreprises locale grâce à une mise en commun des compétences et moyens, et un partage des risques et des coûts.¹

5.3.1 Le groupement d'exportateurs

Le groupement d'exportateurs consiste en la création d'une société commune par plusieurs exportateurs. Ce mode de développement présente avant tout l'avantage de la répartition des frais liés à l'export. Il est donc le plus souvent choisi par les PME.

¹ Mercier-Suissa, (C), Bouveret-Rivat, (C) : « *l'essentiel des stratégies d'internationalisation des entreprises* », Edition: Gualino, 2007, p,91

5.3.2 Piggy back

Le piggy back aussi appelé « exportation Kangourou » est une autre forme de partenariat commercial. Ce mode de présence consiste à se faire représenter ou faire distribuer par une autre entreprise (du pays d'accueil, du même pays, ou d'un pays tiers) sur le marché visé. Soit l'entreprise portée rémunère directement le partenaire qui lui met à disposition son réseau de distribution, soit proposé en échange ses propres services sur un autre marché. Dans ce dernier cas de figure, on parle de « piggy back croisé ». En tout état de cause, les contrats de piggy back nécessitent que les produits s'adressent au même type d'acheteurs¹.

5.3.3 L'accord de Franchise

Le franchiseur accorde certains droits au franchisé moyennant une rémunération.

Toutefois, dans un accord de franchise les droits cédés concernent typiquement les marques, les compétences et/ou le système de gestion. L'accord de franchise est pratiqué pour des produits/services standardisés se caractérisant par un processus de production simple (hôtellerie, voiture de location, vêtements, salon de coiffure, restauration rapide etc.).

5.3.4 Joint-venture

Joint-venture est un accord entre deux partenaires issus de pays différents et qui consiste en la création ou l'acquisition conjointe d'une filiale commune sur le marché du partenaire étranger. Cette coopération est envisagée sur le long terme.

Ces partenaires partagent la gestion, le contrôle, les risques et les profits associés à cette structure commune².

5.3.5 L'accord de Licence

L'accord de licence lie un bailleur de licence à un preneur de licence et consiste à céder le droit de fabriquer un produit et/ou d'utiliser une marque et/ou de distribuer un produit moyennant une rémunération. La rémunération de la licence peut être fixe ou variable en fonction du chiffre d'affaires attendu.

¹ MERCIER-SUISSA, (C), BOUVET-RIVAT, (C) « PME : conquérir des parts de marché à l'international », Opcit, p51

² <https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/538582841eea3.pdf> (le 26/04/2017 à 20h30)

5.3.6 La Sous-traitance

Elle consiste à avoir recours aux intermédiaires (exportateurs, canaux de distribution) habilités à assurer l'introduction indirecte des entreprises exportatrices sur le marché d'export. Cette alternative se caractérise par des risques limités et des investissements réduits. Néanmoins, cette sous-traitance se distingue par une absence de la politique commerciale et par le manque d'informations, aussi bien quantitatif que qualitatif¹.

6. Le déroulement d'une opération d'exportation²

Le processus à l'export décrit les 5 étapes suivantes :

6.1 Le diagnostic export

La démarche exportatrice nécessite une certaine rigueur, il est primordial d'évaluer l'aptitude de l'entreprise à exporter en réalisant un bilan objectif des forces et des faiblesses de l'entreprise. Cette étape est cruciale, car elle peut faire la différence entre la réussite et l'échec sur le marché international.

C'est un outil d'analyse et d'aide à la décision qui permet à l'entreprise d'identifier :

Ses forces (atouts) sur lesquelles elle peut s'appuyer pour faire face aux risques et difficultés associés à une opération d'exportation :

Ses faiblesses au niveau des ressources et compétences internes qui doivent faire l'objet d'une amélioration pour augmenter ses chances de réussite sur le marché export.

6.1.1 L'analyse fonctionnelle

Le diagnostic consiste en l'évaluation des grandes fonctions de l'entreprise et conduit à mettre en évidence les ressources de l'entreprise qui conditionnent ses forces et ses faiblesses.

➤ capacité et flexibilité de l'appareil de production

Il s'agit d'analyser la capacité de l'entreprise à :

Produire en quantités suffisantes et sur une longue période ;

Adapter techniquement les produits avec un surcout modéré ;

¹<http://www.petite-entreprise.net/p-3050-136-G1-quels-sont-les-differents-types-d-exportation.htm> (le 29/04/2017 à 20h 30)

² <https://www.cgem.ma/upload/803947332.pdf> (le 30/04/2017 à 16h)

Produire dans les délais exigés par le marché.

➤ **capacités logistiques**

Analyse du système de distribution physique dont la fonction est d'acheminer un produit en bon état et dans les délais acceptables jusqu'à l'acheteur.

➤ **dimension financière**

C'est analyser la capacité financière de l'entreprise à 3 niveaux :

-investissement : financement des investissements industriels et commerciaux dans le pays d'origine et à l'étranger ;

-besoin en fond de roulement : augmentation des stocks, allongement des durées de crédits-client, allongement des délais de règlements ;

-risque financier : risque de non-paiement et risque de change.

➤ **ressources humaines**

Analyser les compétences du personnel, de l'organisation interne et des capacités de coordination et de contrôle de ses partenaires dans l'entreprise.

➤ **système d'information**

Analyse du système d'information

➤ **le produit**

Analyse le produit de l'entreprise pour savoir s'il possède un avantage concurrentiel lui permettant une différenciation par rapport aux autres.

➤ **maitrise du marché de base**

Analyse de la position de l'entreprise sur son marché domestique et éventuellement les marchés étrangers sur lesquels elle est déjà présente.

➤ **politique commerciale**

Analyse de la politique commerciale (distribution, prix, communication) mise en œuvre par l'entreprise.

6.1.2 L'analyse de la compétitivité sur les marchés extérieurs

La compétitivité consiste à être capable de faire face durablement à la concurrence. Elle ne s'apprécie pas indépendamment des marchés visés. L'analyse s'adapte à chaque marché. Elle concerne deux dimensions : la compétitivité technologique et la compétitivité commerciale.

➤ la compétitivité technologique

Elle se mesure par le degré de nouveauté de la technologie utilisée, par la capacité de l'entreprise à innover et à s'adapter aux évolutions technologiques.

➤ la compétitivité commerciale

Elle se mesure par la capacité d'adaptation de l'offre au marché visé et par la capacité à faire mieux que la concurrence sur les différentes dimensions du plan de marchéage.

6.2 La sélection des marchés étrangers

Sélectionner ses marchés-cibles, permet à une entreprise, en se basant sur des critères précis, de classer les marchés par priorité de prospection. La sélection d'un marché étranger conduira l'entreprise à appréhender le potentiel et les contraintes d'un marché nouveau, le champ concurrentiel et le vouloir et pouvoir faire de l'entreprise. Le triptyque marché-concurrence –entreprise est le passage obligé de toute analyse portant sur le choix d'un marché cible.

Accessibilités des marchés	potentialités	sécurité
Recensement des obstacles rendant difficile la diffusion des produits sur le marché choisi.	Evaluation la situation économique globale du pays, de son niveau de développement, de ses perspectives Evaluation de la demande locale du type de produit à exporter.	Evaluation des aspects politiques sociaux et culturels qui caractérisent le pays.

Source : BRUN, (P) : « *Marketing international* ». Ellipses Édition Marketing S.A, 2014. p74

6.2.1 Les matrices de sélection

Ce sont des tableaux qui permettent, à partir de certains critères-définis par l'entreprise en fonction du produit distribuer de comparer les produits entre eux. Pour chacun des critères, une note est attribuée au pays en fonction de la situation du pays par rapport à ce critère. Pour relativiser l'impact d'un critère, on va utiliser des coefficients de pondération.

Le total obtenu pour chaque pays permet de les classer par ordre de priorités.

Maitrise des facteurs clés de succès	Fort	modérée	faible
Du pays			
Fort	Marché stratégique : maintenir l'investissement ou investir		
Modéré		Marchés tactiques : surveiller, rentabiliser	
Faible			Marchés « poids mort » : à éliminer, se désengager ne pas investir.

Source : RICHARD LANNEYRIE, (S), DEVESA, (B) « les clés du marketing international », Edition, Le Génie des Glaciers Editeur, 2013, p. 115

6.3 Développement de la stratégie marketing

Après avoir ciblé le marché potentiel, l'entreprise exportatrice doit mettre en place une stratégie marketing. Cette stratégie doit permettre à l'entreprise de se positionner sur le segment choisi et ce afin de positionner l'entreprise à l'égard de ses consommateurs et ses concurrents.

6.3.1 politique produit

La politique de produit internationale va consister en la définition :

– de la gamme exportée : haut de gamme, moyenne gamme, bas de gamme. Un bon positionnement vous aidera à établir votre stratégie de promotion et de prix.

– de la marque utilisée, du conditionnement et de l'emballage du produit, du design du produit peuvent être autant de facteurs que l'acheteur prendra en considération pour choisir ou non le produit.

– de l'étiquetage, le produit exporté répond aux normes de chaque pays en matière d'étiquetage. L'étiquette doit contenir tous les renseignements exigés par les organismes gouvernementaux.

– de la qualité : Il s'agit de s'assurer de la qualité du produit, l'entreprise aura peut-être à s'assurer que ses produits répondent à certaines normes de qualité.

La politique de produit internationale est conditionnée par les choix de stratégie internationale de l'entreprise. Ces choix sont eux-mêmes en partie dictés par les contraintes existant sur les marchés étrangers. Deux types de politiques internationales de produit sont distingués :

- politique de standardisation : offrir un même produit sur tous les marchés cibles,
- politique d'adaptation : offrir sur chaque marché visé un produit en adéquation avec les besoins spécifiques de ce marché¹.

6.3.2 La politique prix ²

La politique des prix adoptée par l'entreprise se définit par rapport aux décisions relatives:

Au positionnement du produit : le prix doit être cohérent avec l'ensemble du plan de marchéage et contribue à situer le produit par rapport aux produits concurrents ;

Au dilemme standardisation/adaptation : si l'adaptation du prix au marché étranger est la situation la plus fréquente.

La fixation du prix est une décision déterminante car du niveau de prix retenu dépend le niveau des ventes et la rentabilité commerciale.

La politique internationale de prix repose sur les mêmes méthodes de fixation que sur le marché national :

- approche par les coûts,
- approche par la demande,

¹ **Pasco, Corinne** : « *marketing international* », Edition, Dunod, 2008, p.70

² Ibid, p 72

– approche par la concurrence.

6.3.3 La politique de communication¹

L'entreprise qui veut exporter possède plusieurs alternatives au niveau de la stratégie de communication internationale à adopter et plus particulièrement en matière de publicité:

✓ La standardisation

Standardiser sa politique de communication consiste à utiliser sur tous les marchés étrangers une communication identique à celle sur le marché domestique quelles que soient les différences socioculturelles qui existent.

✓ Adaptation

Il s'agit de s'adapter ses différentes composantes aux caractéristiques de chaque pays. L'entreprise conçoit alors une communication spécifique à chaque marché visé, le positionnement adopté sur ces marchés pouvant être différent de celui utilisé sur le marché domestique.

✓ La standardisation adaptée

C'est une position médiane entre l'adaptation systématique et la standardisation globale, cette stratégie offre l'avantage de mieux coller les produits aux besoins ou désirs des consommateurs.

6.3.4 La politique de présence à l'étranger²

La mise à disposition du consommateur étranger d'un produit nécessite d'utiliser un circuit de distribution. Ce circuit est composé d'un ensemble de canaux de distribution (ensemble des intermédiaires qui contribuent à amener le produit du producteur au consommateur).

L'exportateur doit choisir le ou les canaux les mieux appropriés à son produit et doit donc analyser l'organisation de la distribution du marché visé.

¹ <http://marketing.thus.ch/> (le 01/05/2017 à 19h10)

² Pasco, Corinne : « *marketing international* », Opcit, p.88.

Il doit aussi décider comment son produit arrivera au consommateur sur le marché étranger, et comment il va faire accéder son produit au marché étranger.

6.4 Choix du mode de distribution¹

Le choix d'un mode de distribution doit permettre de pénétrer le marché choisi et toucher sa clientèle cible. L'exportateur devra choisir entre les différents modes d'entrée qui s'offrent à lui compte tenu des facteurs à la fois internes et externes.

6.4.1 Les facteurs liés à l'entreprise

Le choix d'un mode d'accès à un marché dépend du résultat du diagnostic export que l'entreprise a réalisé et qui lui a permis de déceler ses points forts et ses points faibles sur ses marchés cibles.

Ce diagnostic tient compte de l'expérience internationale, la disponibilité en temps, les ressources humaines, les ressources financières, les objectifs globaux sur le marché ainsi que les possibilités d'évolution.

6.4.2 Les facteurs liés au produit

Le choix du mode d'entrée dépend aussi des caractéristiques techniques et commerciales du produit exporté tel que le niveau technique du produit, le niveau de valeur ajoutée du produit, les contraintes en matière de stockage et l'image du produit.

6.4.3 Les facteurs liés au marché

L'entreprise doit prendre conscience des caractéristiques liées au marché pour sélectionner le mode de pénétration le plus adéquat :

- Le potentiel du marché;
- L'accessibilité juridique et légale;
- Les contraintes politiques;
- La concurrence.

¹ <https://www.cgem.ma/upload/803947332.pdf> (le 01/05/2017 à 23h00)

6.5 Choix des moyens de financement¹

L'accompagnement export d'une entreprise s'exprime par une nouvelle orientation de sa gestion, elle va devoir assumer de nouvelles charges parmi lesquelles on peut citer:

- Une nouvelle organisation de l'entreprise: prévoir une cellule export, un éventuel recrutement,
- Des investissements en études de marché, prospection, missions à l'étranger, salons professionnels,
- Une augmentation des stocks;
- Une augmentation du crédit client;
- Un accroissement du besoin en fonds de roulement.

Il est donc nécessaire d'établir un bilan prévisionnel de ces différentes charges pour pouvoir établir un business plan.

Section 02 : l'exportation en Algérie

Sous-section 01 : Le développement des exportations en Algérie

1. Les exportations Algériennes

Les exportations algériennes pourraient être regroupées en trois parties² :

1. Les hydrocarbures, qui sont en abondance avec une tendance à leur banalisation à terme ;
2. Les exportations qui disposent d'avantages naturels et/ou acquis, c'est le cas des minerais, mercure, uranium. Mais aussi des produits résultants de ressources naturelles, (agricoles) dattes, agrumes ;
3. Les exportations pour lesquelles il y a des avantages comparatifs à construire et c'est dans ce cadre que se situent les enjeux réels des restructurations industrielles en Algérie. Pour la deuxième catégorie des exportations, les gains marginaux supplémentaires sont plus faciles à obtenir, mais sont plus limités en termes de recettes supplémentaires en devise, de création d'emplois et d'augmentation du PIB.

En revanche, pour la troisième catégorie des exportations, la mise en œuvre est plus difficile, mais elle offre plus de perspectives de forte croissance et, à terme, de développement.

¹ Pasco, Corinne : « *marketing international* », Opcit, p.91.

² Mékidèche M., « Exportations hors hydrocarbures et restructurations industrielles en Algérie : enjeux et stratégies », *Revue d'Economie* N° 14 Mai 1994, p. 20.

Et c'est ce type d'exportations qui pose au même temps la problématique et les enjeux d'une modification aussi bien qualitative que quantitative de la structure des échanges en Algérie. Cette modification exige des autorités publiques de parvenir à la mise en place d'une stratégie efficace afin de relayer les exportations hors hydrocarbures.

C'est le succès d'une telle stratégie qui permettra de corriger le handicap majeur et persistant de notre économie ; son intégration à l'économie mondiale par le mauvais côté : celui des importations. Un tel handicap est surtout nourri par un système productif extraverti mais tourné vers le marché intérieur et aggravé par un système de consommation financé par une rente.

Ainsi, l'orientation presque exclusive du système productif vers la satisfaction d'un marché intérieur, conjuguée à sa forte dépendance des approvisionnements extérieurs, a pour conséquence négative le faible taux de couverture des importations par les exportations (notamment du secteur industriel).

Tous les pays accordent une grande importance à l'activité de l'exportation vue le rôle essentiel qu'elle joue dans le développement de l'économie nationale et la promotion du commerce extérieur.

2. Les principaux clients de l'Algérie à l'exportation

Tableau n°3 : Les principaux clients de l'Algérie à l'exportation en 2016.

Valeurs en Millions d'US Dollars

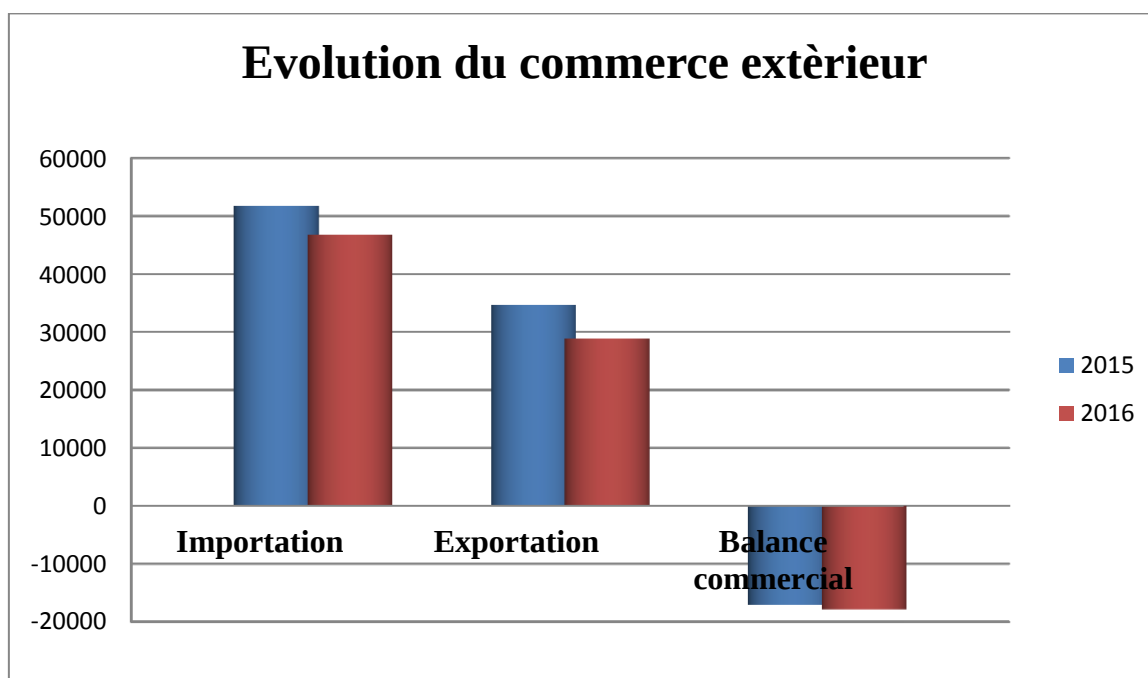
Pays	Valeurs	Structures (%)
Italie	406	21.03
France	386	19.99
Espagne	210	10.88
Pays bas	179	9.27
Canada	150	7.77
Grande Bretagne	99	5.13
Belgique	87	4.51
Etats unis	68	3.52
Tunisie	64	3.31
Liechtenstein	61	3.16
Brésil	42	2.18
Portugal	31	1.61
Turquie	30	1.55
Egypte	28	1.45
Maroc	23	1.19
Sous total	1864	96.55
Total	1931	100

Source : <http://www.douane.gov.dz/> (le 15/04/2017 à 16h30)

Le tableau ci dessus classe les différents clients de l'Algérie durant l'année 2016, L'Italie est le premier et principal client avec une part de 21.03% des exportations algériennes, suivie par la France avec 19.99% des ventes algériennes et l'Espagne en troisième place avec une part de 10.88%.

Tableau n° 4 : Evolution du commerce extérieur (2015/2016)**Valeurs en Millions d'US Dollars**

	2015	2016	Evolution
Importation	47455	42 782	-9,85
Exportation	32 065	25 580	-20,22
Balance commerciale	-15 390	-17 202	
Taux de couverture	68%	60%	

Source : <http://www.douane.gov.dz/> (le 15/04/2017 à 19h38)**Figure n° 01 : évolution de la balance commerciale 2015/2016**

Source : construction personnel d'après les données de la douane

L'Algérie a enregistré un volume global des importations de 42.78 milliards de USD en 2016 soit une baisse de 9.85% par rapport aux résultats de l'année 2015.

Un volume global des exportations de 25.58 milliards de USD en diminution de 20.22 % par rapport aux résultats de 2015.

Cela s'est traduit par un déficit de la balance commerciale de 2016 de l'ordre de 17.2 milliards de USD .

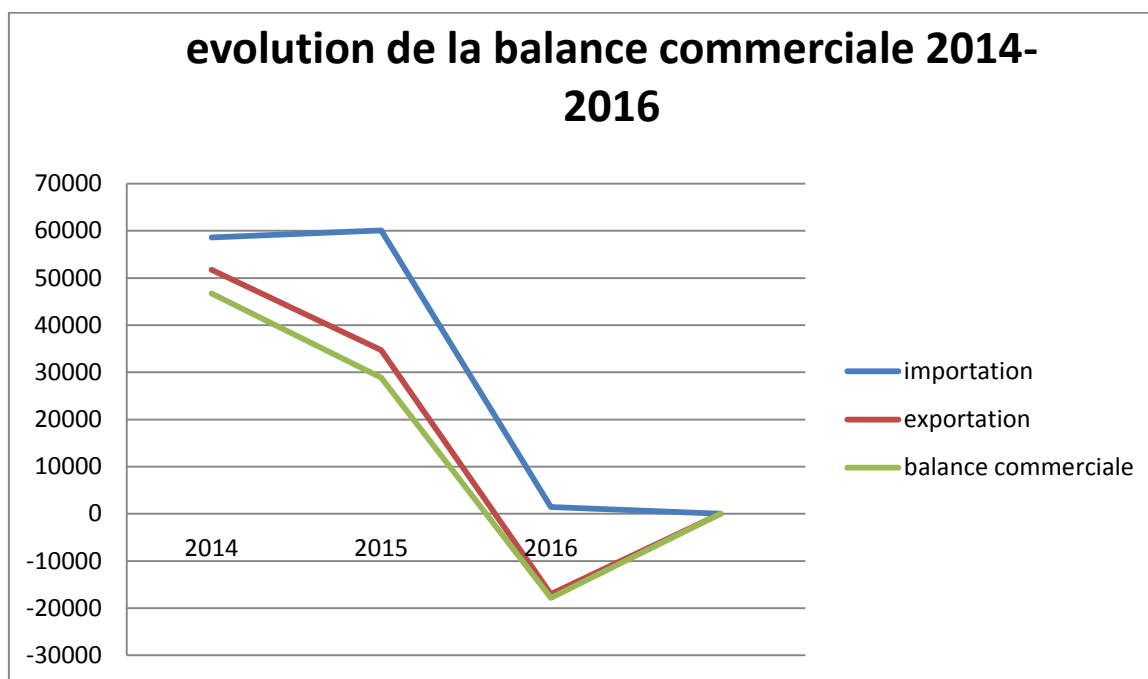
Ces résultats dégagent un taux de couverture des importations de 60% durant 2016, contre 68 % pour l'année 2015.

Tableau n 05 : Evolution de la balance commerciale de l'Algérie (Années : 2014-2016)

	2014	2015	2016
Importation	58580	51702	46727
Exportation	60054	34668	28883
Balance commerciale	1474	-17034	-17844

Source : <http://www.douane.gov.dz/> (le 15/04/2017 à 23h00)

Schéma n°02 : L'évolution de la balance commerciale de l'Algérie (Années : 2014-2016)



Source : élaboré par nous-mêmes d'après les données de la douanes.

Le tableau et le schéma précédents montrent que :

- Les importations ont diminué de 58580 milliards de dollars US en 2014 à une valeur de 51702 milliards de dollars US en 2015 puis elles ont connu une autre baisse durant l'année 2016 avec une valeur de 46727 milliards de dollars US.

- L'Algérie a exporté en 2014 environ 60000 milliards de dollars US, mais cette valeur a diminué à 34668 milliards de dollars US. On observe aussi que l'Algérie n'a exporté que 28883 milliards de dollars US en 2016.

- Les résultats précédents traduisent la valeur de la balance commerciale qui était de 1474 milliards de dollars US en 2014 et de 4,3 milliards puis un déficit de 17034 milliards de dollars pendant l'année 2015 et elle était encore déficitaire de 17844 milliards de dollars en 2016.

Sous-section 2 Les contraintes liées à l'exportation des produits algériens hors hydrocarbures

L'offre de l'entreprise peut connaître plusieurs difficultés à l'internationale ce qui freine sa capacité à exporter ses produits et les mettre à la disposition des consommateurs étrangers. Il y a plusieurs contraintes qui entravent l'exportation des produits algériens hors hydrocarbures ceci a été montré par la faible évolution des exportations hors hydrocarbures indiquée par les statistiques présentées précédemment :

1. La mauvaise gestion du processus export

Beaucoup d'entreprises ne réussissent pas à exporter leurs produits particulièrement celles des pays en développement du fait qu'ils manquent de structures et d'équipements spécifiques pour réussir leurs exportations. Leur département export n'est pas encore spécialisé dans ce domaine et risque de compromettre leur exportation pour multiples raisons telles que le respect des délais, l'emballage inadéquat ou la qualité des produits par exemple.

2. La mauvaise gestion des ressources humaines

Faire adapter les compétences de la ressource humaine de l'entreprise à son projet d'exportation est l'un des enjeux majeurs pour réussir ¹:

- La main d'œuvre qualifiée et même spécialisée est indispensable pour organiser et mettre en œuvre toutes les normes exigées pour la réussite de l'exportation. A défaut de cette main d'œuvre qualifiée, l'exportation de nos produits est compromise.

- La non maîtrise des connaissances linguistiques peut être une barrière à l'exportation.

- Une entreprise exportatrice qui dispose de ressources humaines et qui n'ont pas la capacité à mettre une stratégie d'internationalisation efficace trouvera des problèmes à

¹ AISSANI, (Mohamed Ramzi) et KHOUKHI (Mounir) : La promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie, mémoire de master en affaires internationales, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2014, p.72.

l'exportation. Elle doit avoir des compétences dans les domaines du marketing international, la logistique internationale pour que son développement à l'international soit réalisé.

3. Contraintes liés à la logistique

La logistique est la fonction organisant les circuits matières, autrement dit l'art de livrer, au moindre coût, le bon produit au bon endroit et au bon moment¹

La non maîtrise de la logistique internationale freine l'activité export de l'entreprise. En effet, différents couts entravent la performance de l'entreprise à l'exportation et donc sa compétitivité à l'international. Parmi les causes qui engendrent ces couts² :

- Les retards aux ports ;
- L'entreposage inadéquat aux ports ;
- Des procédures administratives lentes notamment au niveau des douanes où les entreprises exportatrices sont soumises à des formalités douanières complexes et contraignantes.

La logistique joue un rôle important en matière d'exportation des produits algériens à l'étranger. Malheureusement elle est décourageante actuellement du fait que les coûts de la logistique sont supérieurs à la moyenne mondiale. La chaîne logistique algérienne concernée par les opérations de commerce international, est caractérisée par des délais très longs et des coûts très élevés, dus aussi aux retards accusés dans le transport des produits à exporter.

4. Le manque de circulation de l'information

Vu la limitation des ressources financières des entreprises exportatrices algériennes, il est difficiles pour elle d'explorer de nouveaux marchés étrangers .Le problème se trouve dans la non disponibilité des réseaux identifiant les clients étranger et tisser des liens avec eux pour exposer les produits algériens³.

Elles n'ont pas accès aux informations sur les conditions des marchés étrangers malgré les efforts fournis par le gouvernement. Aussi, les entreprises exportatrices reçoivent parfois plusieurs informations, mais elles se trouvent dans la confusion vu la multiplicité des agences publiques et privées qui font circuler l'information.

Cependant, les entreprises doivent faire les bons choix stratégiques pour pénétrer les marchés étrangers et veiller à maîtriser la dimension opérationnelle de leurs stratégies d'exportation.

¹ SOHIER, (Joel) et SOHIER, (Devan) : logistique, Vuibert Edition, 7eme édition, Paris, 2013, p.30.

² AISSANI, (Mohamed Ramzi) et KHOUKHI (Mounir) : La promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie, mémoire de master en affaires internationales, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2014, p.76.

³ AISSANI, (Mohamed Ramzi) et KHOUKHI (Mounir) : La promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie, mémoire de master en affaires internationales, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2014, p.75, 76.

5. Contraintes juridiques

L'entreprise exportatrice doit connaître la législation des pays des acheteurs ou ceux qui accueillent ses investissements à l'étrangers car pour développer son activité, l'entreprise va devoir signer des contrats : contrats de vente, de franchise, de cession de licence de distribution, de travail... etc. Les problèmes juridiques s'étendent sur plusieurs champs ¹:

- ✓ Le droit des contrats internationaux: contrat de vente, de transfert, de technologie, de présentation;
- ✓ Le droit fiscal: existence de convention fiscale libérale.
- ✓ Le droit commercial et des sociétés nationalité des sociétés, obligation d'un partenariat local, obligation de recruter des dirigeants locaux, législation en matière de contrat commercial (règles, obligation...);
- ✓ Le droit économique: réglementation sanitaire, règles de mise à la consommation (information, étiquetage, emballage, service après-vente et garantie données aux consommateurs), loi sur les jeux, contrôle de la qualité, respect des produits et additifs interdits, réglementation en matière de la publicité comparative, établir des prix maximums autorisés etc.
- ✓ Le droit de propriété industrielle: procédure de dépôts d'une marque d'un brevet législation en matière de répression contre la contrefaçon.

En fait, l'entreprise qui agit à l'international ne bénéficie d'un droit international unifié, en raison de la souveraineté des états et d'autre part il n'existe pas de juridiction supranationale qui lui permette d'évaluer dans un contexte juridique unique, autrement dit il est difficile d'imposer une juridiction sur les Etats ainsi qu'il faut veiller à respecter les traités et les conventions internationales et c'est là que réside l'obstacle juridique.

6. Contraintes liées aux normes internationales

Pour exporter les produits algériens hors hydrocarbures, les entreprises exportatrices doivent faire adapter leurs produits aux normes internationales car ces dernières diffèrent d'un pays à un autre, si non, la stratégie d'exportation sera pénalisée.

Aussi, l'entreprise doit respecter les normes de l'environnement internationales, celles liées aux marchés étrangers surtout ceux des pays développés car ces derniers veillent à la promotion de l'excellence environnementale et donc leur marché sont exigeants, d'où se trouve l'enjeu de l'adaptation des produits algériens.

¹ SEKKAL, (Samir) : La promotion des exportations hors hydrocarbures, mémoire de magister en Sciences Commerciales, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2010- 2011, p.79.

L'enjeu des exportations hors hydrocarbures se trouve au sein des PME qui ne disposent pas des moyens nécessaires à l'adaptation des produits aux normes internationales, notons aussi les moyens financiers pour supporter le coût élevé de mise en conformité ce qui entrave les ventes des produits nationaux.

Les contraintes de normalisation sont liées à l'insuffisance d'encadrement public et des dispositifs d'aide destinés aux entreprises nationales exportatrices, l'Etat n'a pas encore la capacité à mettre en œuvre les informations nécessaires, crédibles et fiables pour les entreprises, notamment celles liées à l'évolution, la prospection et les spécificités des marchés étrangers¹.

7. L'offre des produits algériens exportables est faible

Pour que les produits soient vendus à l'international, les entreprises exportatrices doivent avoir une stratégie d'offre efficace, c'est ce qui manque aux entreprises algériennes. Il existe une absence d'une vraie stratégie de promotion et de développement des exportations hors hydrocarbures et Les quelques opérations d'exportations effectuées sont peu diversifiées. En réalité, L'enjeu se trouve aussi dans la structure de l'économie algérienne qui est destinée en gros à la satisfaction des besoins locaux et non pour l'exportation, notamment concernant l'appareil de production².

Conclusion

Le présent chapitre nous a donné une idée générale sur l'acte d'exporter avec la précision des typologies et différentes catégories des entreprises exportatrices ainsi que le déroulement d'une opération d'exportation, qu'il s'agisse de diagnostic interne, externe ou l'élaboration d'une stratégie marketing.

D'autre part, nous nous sommes intéressés aux états des lieux des exportations algériennes et les contraintes qui freinent l'acte d'exporter les produits algériens.

Dans le deuxième chapitre nous nous pencherons sur la volonté de la banque d'Algérie pour encourager et accompagner les entreprises exportatrices dans la démarche d'exportation.

¹ AISSANI, (Mohamed Ramzi) et KHOUKHI (Mounir) : La promotion des exportations hors Etudes Commerciales, Alger, 2014, p75.

² LIBERTE Algérie, N° 7144, 01/02/2016.

Chapitre : 02

Le système bancaire Algérien

Chapitre 02 : le système bancaire algérien

Introduction

L'exportation peut être définie comme étant l'opération par laquelle un opérateur économique résident en Algérie vend et envoie à l'étranger, à un opérateur non-résident des biens ou des services nationaux.

En Algérie, les pouvoirs publics sont conscients de l'importance des exportations dans la réalisation et l'atteinte de l'équilibre économique. A cet effet, ils ont mis en place des moyens et mesures incitatifs, favorables au développement des exportations et ce afin de promouvoir, en particulier, les opérations d'exportation hors hydrocarbures.

Le système bancaire algérien se trouve au centre de l'accroissement des transactions financière, il, en particulier, joue un rôle moteur, non seulement dans le financement du commerce international, mais aussi dans l'institution de nouvelles mesures incitatives et réglementaire pour accompagner les exportateurs dans la réalisation de leurs transactions commerciales avec l'étranger.

Dans ce chapitre, nous allons nous intéresser à la contribution du système bancaire algérien dans la réalisation des opérations d'exportation. Pour ce faire, nous élaborons une section de présentation de notre système bancaire, et une deuxième section qui sera consacrée aux mesures incitatives prise par le secteur bancaire en faveur des exportateurs.

Section n 01 : L'historique et structure du système bancaire algérien

Sous-section 01 : L'historique du système bancaire Algérien depuis l'indépendance

La présentation qui suit tiendra compte des différentes étapes historiques traversées par le système bancaire national qui correspondent aux grandes phases du développement économique et social de l'Algérie.

1. de l'indépendance à 1966

Cette phase s'est caractérisée par¹ :

1- La création de la Banque Centrale d'Algérie (BCA), on y trouve tous les statuts d'un institut d'émission pour créer les conditions favorables à un développement ordonné de

¹ BENHALIMA, (A), « le système bancaire Algérien, réalité, et gestion », édition DHLEB 2001, p.9-24

l'économie nationale. la banque centrale exerce les fonctions d'émission de la monnaie fiduciaire, de direction et de surveillance du crédit, ainsi la gestion des réserves de change¹.

2- La création de la Caisse Algérienne de développement, qui avait pour mission de centraliser les ressources financières intérieures et extérieures du pays qui s'est traduite par l'institution de la Compagnie Nationale Algérienne de Navigation (CNAN), la SONATRACH et la Société Nationale de Sidérurgie (SNS).

3- La création de la Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance (CNEP) et de deux compagnies nationales d'assurance ; à savoir la Caisse Algérienne d'Assurance et de Réassurance (CAAR) et la Société Algérienne d'Assurance (SAA).

2. la période de 1966 à 1970

Cette période fut marquée, principalement, par le processus de planification tracé à long terme par les pouvoirs publics, dans le but d'avoir une économie dirigée au service de l'effort de développement. Cette période s'est aussi caractérisée par :

- La création de la Banque Nationale d'Algérie (BNA) (13/06/1966), elle disposait d'un monopole légal en matière de traitement des opérations bancaire du secteur public, agricole, industriel et commercial ainsi que les activités des banques étrangères telles que la banque de paris et de pays bas (BPPB), la banque national pour le crédit et l'industrie d'Afrique (BNCIA), le crédit foncier d'Algérie et de Tunisie (CFAT) et le Crédit Industriel et Commercial (CIC)².

- La création du Crédit Populaire d'Algérie (CPA) (29/12/1966) fut créé pour le financement de l'artisanat, de l'hôtellerie, les professions libérales ainsi que les petites et moyennes entreprises³.

- La création de la Banque Extérieure d'Algérie (BEA) (01/10/1967) qui allait avoir pour but, le développement des relations bancaires et financières avec le reste du monde⁴.

3. la période de 1970 à 1978

Les autorités algériennes ont rencontré des difficultés qui les ont poussés à confier aux banques primaires, la gestion et le contrôle des opérations financières des entreprises

¹ ZOURDANI, (Safia) : le financement des opérations du commerce extérieur en Algérie, mémoire de magister en sciences économiques, université de Mouloud Mammeri, Tizi Ouzou, 2012, p.7

² NAAS, (A), « système bancaire Algérien de la décolonisation a l'économie de marché », 2003, p.35

³ <http://www.eldjazairidjar.dz/actionnaire/cr%C3%A9dit-populaire-dalg%C3%A9rie.html> (le 31/03/2017 à 18h50)

⁴ <http://www.bea.dz/index.php> (le 30/03/2017 à 19h05)

publiques à partir de 1970, et ce, suite à la phase d'investissement intense du premier plan quadriennal¹.

Cette nouvelle vocation attribuée au système bancaire Algérien impliquait nécessairement, la réorganisation de toutes les structures financières du pays (la réforme de 1970).

4. la période de 1978 à 1982

En 1978, le système bancaire algérien affecte le financement des investissements dits « stratégiques » au trésor public sous forme de concours remboursables à long terme. Le crédit bancaire à moyen terme est supprimé du système de financement des investissements planifiés, à l'exception de certaines activités (transport et services)².

La loi de finance de 1982 fait introduire une nouvelle doctrine, l'intervention des banques primaires dans le financement des investissements publics devrait obéir aux critères de rentabilité financière.

5. la période de 1982 à 1986

Cette période s'est caractérisée par la création de 2 banques primaires ;

La première fut créée en 1982, la banque de l'agriculture et du développement rural (B, A, D, R).

La seconde est issue du Crédit Populaire d'Algérie (C P A) il s'agit de la banque de développement local (B D L) elle fut créée en 1985 et elle a pour rôle le financement des unités économiques locales.

6. la période de 1986 à 1990

L'Algérie avait accès sans problème jusqu'à 1988, au marché international des capitaux, suite à la crise pétrolière, les pouvoirs publics ont affichés clairement une volonté de rupture avec la gestion administrative et se sont engagés dans la réforme du système bancaire Algérien.

Cette période s'est caractérisée par deux réformes qui visaient essentiellement à donner un second souffle à l'activité bancaire et lui attribuer la véritable place qui lui convient dans l'économie nationale. Ces réformes sont :

¹ BERNIS, (GD), « *L'industrialisation en Algérie* », Edition PUF, 1963, p.21

² BENBITOUR, (A), « *L'Algérie au troisième millénaire, défis et potentialité* », édition MARINOOR, 1998.p.45

• **la réforme de 1986¹**

Cette réforme est celle de la loi 86-12 du 19/08/1986 relative au régime des banques et du crédit, son objectif est de définir un cadre juridique commun à l'activité de tous les établissements de crédit.

• **la réforme de 1988²**

Celle-ci concerne celle de la loi du 12/01/1988 modifiant et complétant la loi bancaire du 19/08/1986. Son objectif, est de redéfinir le statut des établissements de crédit et de la banque central d'Algérie conformément à la loi d'orientation des entreprises publiques.

7. la période de 1990 à 2003³

Toutes les transformations précitées ont subi dès 1991 la mise en œuvre d'un programme global d'assainissement et de restructuration du secteur industriel public, qui s'est traduit par l'assainissement des portefeuilles des banques.

Parallèlement à ce processus, les banques publiques ont fait l'objet d'audits institutionnels réalisés par des cabinets étrangers de référence.

En 1993, les banques ont engagé des projets importants pour la refonte de leurs systèmes informatiques en vue d'adapter leurs activités aux nouvelles exigences du marché. Ce programme n'a pas pu être mené à bien dans les délais prévus, notamment du fait des difficultés rencontrées pour le recours à l'aide de conseils extérieurs.

La libéralisation du secteur bancaire est intervenue avec la promulgation de la loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit.

8. La loi sur la monnaie et le crédit⁴

Dans le prolongement des réformes économiques engagées en 1988, axées sur la réforme de l'entreprise publique, à savoir :

- Loi n°88-01 du 12 janvier 1988 portant loi d'orientation sur les entreprises publiques économiques (EPE), appelée loi sur l'autonomie des entreprises ;
- Loi n°88-02 du 12 janvier 1988 relative à la planification. Cette loi a annulé la planification ;
- Loi n°88-03 du 12 janvier 1988 relative aux fonds de participation ;
- Loi n°88-04 du 12 janvier 1988 modifiant et complétant l'ordonnance n°75-59 du 26 septembre 1975 portant code de commerce et fixant les règles particulières applicables aux EPE ;

¹ Loi de finance 1986

² Loi de finance pour 1986

³ www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/054000069.pdf (le 02/04/2017 à 21h)

⁴ http://www.eldjazaircom.dz/index.php?id_rubrique=276&id_article=2928 (le 02/04/2017 à 23h30)

- Loi n°88-05 du 12 janvier 1988 modifiant et complétant la loi n°84-17 du 7 juillet 1984 relative aux lois de finances ;

- Loi n° 88-06 du 12 janvier 1988 modifiant et complétant la loi n°86-12 du 19 août 1986 relative au régime des banques et du crédit.

Un nouveau cadre dans lequel la Banque Centrale et les intermédiaires financiers sont appelés à évoluer a été mis en place le 14 avril 1990 par la loi 90-10 relative à la monnaie et au crédit.

Cette loi a été élaborée sur la base du principe de l'indépendance de la Banque Centrale par rapport au pouvoir exécutif.

Le Gouverneur de la Banque Centrale ne dépend pas du Ministre des Finances mais du Président de la République pour toutes les décisions concernant la monnaie et le crédit.

Les premiers signes de concurrence ont émergé depuis la fin des années 1990, avec l'entrée dans ce secteur de banques et établissements financiers privés (nationaux et étrangers). Cette ouverture, conjuguée à l'important renforcement patrimonial des banques publiques, a constitué un fort potentiel d'amélioration de l'intermédiation bancaire.

L'année 1991 a marqué quant à elle un tournant décisif dans la libéralisation du commerce extérieur en Algérie. Le système bancaire et financier algérien connaît dès lors un nouveau schéma d'organisation.

L'ordonnance de 2001 modifiant la loi relative à la monnaie et au crédit qui n'a pas été mise à profit pour dépolitiser l'action de la Banque Centrale devait faire le bilan de cette loi et mettre en place un nouveau cadre, permettant de transformer le système bancaire en véritable moteur de la réforme économique et de la transition d'une économie d'endettement vers une économie de marché.

Les modifications apportées en 2001 n'ont fait qu'atténuer le déséquilibre des pouvoirs.

De plus, l'année 2003 a vu la promulgation de l'Ordonnance n°03/11 du 26 Août 2003 relative à la monnaie et au crédit qui, tout en maintenant la libéralisation du secteur bancaire, renforce les conditions d'installation et de contrôle des banques et établissements financiers.

De son côté, la Banque d'Algérie a mis en place des mécanismes plus affinés de surveillance, de veille et d'alerte.

Sous-section n 02 : L'entreprise bancaire et ses différentes catégories

1. Définition d'une banque

Une banque est une entreprise particulière qui propose des services financiers :

- recevoir des dépôts d'argent ;
- collecter l'épargne ;
- gérer les moyens de paiement ;
- accorder des prêts¹.

De plus, l'établissement bancaire peut se spécialiser dans un nombre limité de produits ou services financiers, comme il peut être largement diversifié et c'est à cause de la dynamique de l'innovation bancaire et la concurrence dans le système financier, ce qui engendre de nouvelles opportunités.

2. Les différentes catégories de banques²

2.1 En fonction de leurs types d'activités

Il existe quatre grandes catégories de banques :

2.1.1 Les banques centrales

Constitue une institution nationale à but non lucratif. Elle a pour principale mission d'émettre de la monnaie, d'assurer l'équilibre et la stabilité des prix et surtout la bonne marche de l'économie.

2.1.2 Les banques de dépôts

Regroupent les banques de détails et dont l'activité principale consiste à recevoir du public des dépôts de fonds à vue et à terme et effectuer des opérations de crédits pour les clients qui en ont besoin pour financer leurs activités économiques (achat de biens de consommation, achat de logement, paiement des fournisseurs ou des salariés, achat de biens d'équipement...), destinée principalement aux particuliers et aux petites entreprises.

2.1.3 Les banques d'investissement

Se caractérisent par le profil de ses clients. Ces derniers sont principalement formés d'entreprises et d'investisseurs. Dans ce sens, elles ne reçoivent aucun dépôt de particuliers, et œuvrent dans l'émission d'emprunt obligataire, la souscription d'action ou encore l'introduction en bourse...

¹ <https://banque.ooreka.fr/comprendre/banque-definition> (le 06/04/2017 à 21h30)

² <http://www.zebank.fr/banques/les-differents-types-de-banques/> (le 07/04/2017 à 17h10)

2.1.4 Les banques d'affaires

Ne sert pas uniquement de dépôt d'argent à leurs clients, elle a également pour missions de gérer leurs capitaux en leur accordant le prêt en cas de besoin. Elle joue un rôle d'intermédiaire dans les opérations financières : introduction en bourse, augmentation de capital, placement d'emprunt, opération de fusion-acquisition.... Elle a donc des besoins en capitaux propres plus réduits que les banques commerciales. Par contre, il peut lui arriver de prendre des participations minoritaires ou majoritaires dans des affaires industrielles ou commerciales afin de les aider à se développer et de réaliser à terme une plus-value en recédant cette participation.

2.2 En fonction de leurs statuts juridiques

2.2.1 La banque coopérative

Se caractérise par son mode de contrôle généralement assuré par leurs sociétaires disposant d'un double statut. Ces sociétaires qui sont à la fois actionnaires (associés) et clients (usagers) peuvent être des particuliers, des syndicats, des mutuels, des associations et même des collectivités publiques).

2.2.2 La banque commerciale

Elle vise à réaliser des bénéfices sur toutes les opérations qu'elle effectue. C'est une entreprise privée qui met à la disposition de ses clients différents produits, notamment des crédits, des placements ou des épargnes, et des assurances.

2.2.3 La banque publique

Comme son nom l'indique, elle appartient à des acteurs publics comme l'État, les collectivités ou les établissements publics.

3. Les principales fonctions assumées par les banques

On peut distinguer quatre (04) fonctions :

3.1 La gestion du système de paiement

La gestion des moyens de paiement est reconnue comme une fonction essentielle devant être remplie par le système bancaire, ce concept, très général du système de paiement, renferme des fonctions précises, parmi elles :

- La gestion des opérations de changes ;
- La garde de valeurs (titres, ...etc.) pour le compte de tiers ;
- La gestion des dépôts à vue.

3.2 La mission d'intermédiation

La fonction principale d'un établissement bancaire est celle d'être l'agent des déposants ou des épargnants. Ces fournisseurs de fonds délèguent implicitement à la banque l'autorité d'investir leurs ressources dans ses actifs financiers (crédits bancaires).

3.3 La mission d'assurance

Cette mission s'exerce vis à vis des clients de la banque et du risque d'insolvabilité de ces derniers. Lorsque ce risque est matérialisé, la banque a la possibilité d'intervenir en fournissant les liquidités sans lesquelles le client ferait défaut.

Cette assurance implicite qui est exercée de façon discrétionnaire peut prendre plusieurs formes, allant de l'autorisation du découvert à l'escompte d'effets, en passant par la signature d'un accord de distribution par les entreprises engagées dans un programme d'émission de titres, au cas où le marché s'avérerait incapable d'absorber une mission donnée.

3.4 Une mission de conseil

Cette mission est devenue large pour deux raisons :

- d'une part, la complexité des opérations financières et la tendance observée de faire des directions financières des centres de profits incitent les entreprises à solliciter l'avis des experts financiers que les banques, par leur taille et leur position privilégiée sont les mieux à même de l'employer.

- d'autre part, la standardisation de certaines activités conduit à une sélection naturelle des activités bancaires vers les marchés financiers, imposant aux premiers une spécialisation dans le conseil et l'offre de produits sur mesure, sous peine de marginalisation ou disparition pure et simple.

4. Les produits et services bancaires¹

4.1 L'entrée en relations

Elle passe par l'ouverture d'un compte. Tous les types sont proposés :

Le Compte Courant : libellés en dinars. Compte à vue réservé aux personnes morales ou physiques professionnelles. Position débitrice possible selon autorisation.

Le Compte Chèque : libellé en dinars. Compte à vue réservé aux particuliers, personnes physiques. Position créditrice uniquement.

Le Compte Devises : libellé en monnaie étrangère. Compte de dépôt, productif d'intérêts. Pas de délivrance de chéquier. Position créditrice uniquement.

¹ Guide investir en Algérie , KPMG, 2015, p.135-137

Le Compte Cedac : libellé en dinars. Compte de dépôt au nom de personne physique ou de personne morale, résidente étrangère.

Le Compte INR : libellé en dinars. Compte de dépôt à vue. Réservé aux personnes physiques ou morales étrangères non résidentes titulaires d'un marché public.

Le Compte Joint : ouvert au nom de plusieurs personnes physiques. Assorti d'une convention de solidarité active.

4.2 Les Placements

Bons de Caisse : durée variant selon les banques (généralement de 3 à 48 mois). Nominatifs ou au porteur. Négociables. Peuvent faire office de garantie.

Dépôts à Termes (DAT) : il en existe trois types :

DAT Dinars : dépôt à partir de 10 000 DA généralement. Libellés en dinars. Rémunérés aux conditions prévalant au moment de la souscription.

DAT Devises : réservés aux titulaires de comptes à vue en devises. Libellés dans la monnaie de leur compte. Durée à partir de 1 mois. Rémunérés sur la base des taux fixés par la Banque d'Algérie en vigueur au moment du dépôt.

DAT Cedac : réservés aux titulaires de comptes Cedac. Durée de 2 à 6 mois. Conditions fixées par la Banque d'Algérie.

Livret épargne : libellé en dinars. Ouvert à toute personne physique majeure ou mineure. Productif d'intérêts.

4.3 Les crédits bancaires

Trois types de crédit sont proposés :

Les Crédits d'Exploitation : financent l'activité courante de l'entreprise. Ils sont adaptés aux besoins : découvert, facilité de caisse, crédit de campagne, escompte de papier commercial.

Les Crédits Par Signature : ce sont des crédits indirects d'exploitation : cautions, avals, obligations cautionnées en douanes, crédits documentaires.

Les Crédits d'Investissement : financent l'acquisition de biens d'équipement. Durée à moyen ou long terme selon la spécificité du projet.

4.4 Les Opérations de Commerce Extérieur

Afin de faciliter les procédures du commerce extérieur, la loi de finances pour 2014 a instauré une nouvelle disposition concernant l'introduction du mode de paiement par remise documentaire en plus du crédit documentaire déjà existant, concernant les importations destinées à la vente en l'état.

En effet, le paiement par la remise documentaire est dorénavant admis dans le cadre des importations destinées à la vente en l'état.

Nature : techniquement, toutes les banques traitent ces opérations : crédits documentaires, remises documentaires, garantie bancaires.

Conditions : pour pouvoir traiter ces opérations, la banque doit remplir deux conditions :

- la banque elle-même doit avoir reçu une autorisation globale délivrée par la Banque d'Algérie,
- chaque agence doit également être habilitée individuellement par la Banque d'Algérie à traiter ces opérations.

4.5 Autres Services

4.5.1 Les services de Base

- délivrance de chéquiers ;
- extraits de compte ;
- chèques de banque ;
- chèques de guichet ;
- virements ;
- recouvrement de chèques et effets sur le territoire national et à l'international ;
- change manuel.

4.5.2 Services de Cash Management

Certaines banques proposent la banque à distance qui permet, par Internet :

- d'accéder en permanence aux états détaillés des comptes bancaires et de les télécharger ;
- de réaliser des opérations de virements, pour l'instant limités aux comptes dans le même établissement, l'interbancaire n'étant pas encore opérationnelle ;
- de bénéficier de services à distances : commande de chéquiers par exemple.

4.5.3 La carte de paiement :

Plusieurs banques proposent désormais des cartes de paiement domestiques. Mais l'utilisation en est limitée par manque de commerçants adhérents. Par ailleurs, les possibilités de retrait dans des DAB existent, mais ces appareils ne sont pas très répandus sur le territoire national. Les cartes Visas sont distribuées, mais leur usage reste limité pour les mêmes raisons.

4.5.4 Les sommes à disposition :

On peut se faire virer de l'argent depuis l'étranger soit dans une banque soit par l'intermédiaire de Western Union, mais ce dernier service est réservé aux particuliers uniquement.

4.6 Financements Spécialisés

Leasing : les sociétés de leasing assurent, selon les méthodes classiques de crédit-bail, le financement de biens d'équipements neufs.

Location Longue Durée : permet le financement et la gestion du parc automobile pour les entreprises.

Financement de Véhicules : opération reposant sur des critères classiques en la matière :

Pour les entreprises : financement soumis à l'étude du dossier.

Sous-section 0 3: La structure actuelle du système bancaire Algérien

Le paysage bancaire compte, à fin 2015, de vingt-neuf (29) banques et établissements financiers ayant tous leur siège social à Alger¹.

Les banques et établissements financiers agréés se répartissent comme suit :

1. Les banques publiques

Six (6) banques publiques, dont la caisse d'épargne ;

1. La Banque Nationale d'Algérie « BNA » ;
2. Le Crédit Populaire d'Algérie « CPA » ;
3. La Banque Extérieure d'Algérie « BEA » ;
4. La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural « BADR » créée le 16/03/1982 ;
5. La Banque du Développement Local « BDL » créée le 30/04/1985.
6. la Caisse nationale d'épargne et de prévoyance (CNEP) créé le 10/08/1964 et qui avait pour rôle la collecte de l'épargne et les crédits immobiliers aux particuliers destinés aux algériens résident en Algérie et à l'étranger².

2. les banques privées

Quatorze (14) banques privées à capitaux étrangers, dont une à capitaux mixtes;

- trois (3) établissements financiers, dont deux publics ;
- cinq (5) sociétés de leasing dont trois (3) publiques ;
- une (1) mutuelle d'assurance agricole agréée pour effectuer des opérations de banque qui a pris, à fin 2009, le statut d'établissement financier.

Cette diversification de l'offre bancaire inhérente à l'ouverture du système bancaire algérien en autorisant les banques et établissements financiers étrangers à s'installer ou à se faire représenter en Algérie, s'accompagne d'un réel et très sérieux effort de modernisation. Ce processus, en cours, vise à élever le niveau de bancarisation de l'économie algérienne et à

¹ banque d'Algérie, rapport annuel, 2014 p73

² <http://www.cnepbanque.dz/>

rendre plus fluides les opérations interbancaires en améliorant les réseaux de communication sécurisés et en introduisant toute la panoplie des moyens de paiement modernes¹.

Section 02 : les mesures prises par le secteur bancaire Algérien en faveur des exportateurs

Sous-section 01 : Cadre réglementaire des exportations en Algérie

Les opérations d'exportation sont régies par le règlement n 07 du 03/02/2007 relatif aux règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises.

1. Obligation de domiciliation

L'article 29 de ce règlement stipule que toute opération d'importation et /ou d'exportation des biens ou des services est soumise à l'obligation de domiciliation bancaire auprès d'un intermédiaire agréé.

La domiciliation est préalable à tout transfert/ rapatriement de fond, engagement et / ou dédouanement.

A noter que pour certains produits, matières et marchandises notamment les déchets de métaux ferreux et non ferreux, le cuir et le liège est préalable soumise à un cahier des charges types.

1.1 la domiciliation bancaire

L'article 30 du règlement N° 07-01 du 30/02/2007 stipule: « La domiciliation consiste en l'ouverture d'un dossier qui donne lieu à l'attribution d'un numéro de domiciliation par l'intermédiaire agréé domiciliataire de l'opération commerciale. Ce dossier doit contenir l'ensemble des documents relatifs à l'opération commerciale.

Par ailleurs, l'opérateur choisit l'intermédiaire agréé auprès duquel il s'engage à effectuer toutes les procédures et formalités bancaires liées à l'opération.»

¹ Guide investir en Algérie, kpmg, 2015, p , 42

Cette opération permet d'identifier la transaction commerciale par son immatriculation. Elle fait l'objet d'une attestation de domiciliation qui est exigée par la douane lors de l'établissement de la déclaration de dédouanement à l'exportation.

1.2 Les intermédiaires agréés

L'article 11 du règlement 07/01 stipule que toute banque et tout établissement financier peut avoir la qualité d'intermédiaire agréé pour effectuer les opérations de commerce extérieure et de change. Cette qualité, d'après l'article 12 du même règlement, est obtenue dans le cadre de l'agrément délivré par le Gouverneur de la Banque d'Algérie.

La banque (ou établissement financier), ayant la qualité d'intermédiaire agréé, auprès de laquelle l'opérateur économique a fait une demande d'ouverture d'un dossier de domiciliation, est tenue d'accepter la demande si les conditions pour l'ouverture du dossier sont respectées. L'article 35 du règlement 07/01 dispose que :

« L'intermédiaire agréé ne peut refuser la domiciliation d'un contrat d'exportation ou d'importation lorsque l'ensemble des conditions prévues par le présent règlement sont réunies.

L'opérateur, le cas échéant, dispose d'un droit de recours auprès de la Commission Bancaire ».

1.3 Les conditions d'exigibilité du paiement

L'exportateur est tenu d'indiquer sur la déclaration douanière, les références de la domiciliation bancaire, dans un délai n'excédant pas les cinq (05) jours ouvrés qui suivent l'expédition, à l'exception des cas des:

- Exportations non domiciliées,
- Exportations de produits frais, périssables et/ ou dangereux.

Dans le cas des exportations des produits frais, périssables et/ ou dangereux, l'exportateur peut domicilier ces exportations durant les cinq (05) jours ouvrés qui suivent la date d'expédition et de déclaration en douane.

1.4 Procédure

La domiciliation est établie à partir de l'original et deux copies du contrat commercial ou de tout autre document en tenant lieu (factures, commande ...). Après vérification, une copie du document est restituée à l'exportateur revêtue du n° de dossier de domiciliation et du cachet de la banque domiciliaire. Après dédouanement, l'exemplaire «banque» de la déclaration en douane est adressé par les services des douanes à la banque intermédiaire agréée domiciliaire de l'exportation. L'apurement du dossier d'exportation se fait au moment du rapatriement des recettes d'exportation.

1.5 Numéro de domiciliation¹

La domiciliation bancaire donne lieu à l'attribution d'un numéro de domiciliation pour tout type de transactions. Ce numéro, comportant 21 caractères alpha numériques, doit être porté sur les factures et les documents relatifs à l'opération traitée.

Selon la note n° 53-2000 du 27 novembre 2000 aux banques et établissements financiers intermédiaires agréés, la codification de la domiciliation bancaire réaménagée est composée de vingt et un chiffres et se décompose dans l'ordre suivant :

a	b	c	d	e	f	g	h
---	---	---	---	---	---	---	---

- a) Deux chiffres qui correspondent au lieu d'implantation géographique de la banque déterminée par le code wilaya ;
- b) Deux chiffres qui correspondent au code agrément banque ;
- c) Deux chiffres qui correspondent au code agrément du guichet domiciliaire ;
- d) Quatre chiffres qui correspondent à l'année ;
- e) Un chiffre qui correspond au trimestre d'ouverture du dossier de domiciliation ;
- f) Deux chiffres qui indiquent la nature du contrat (Importation de biens, exportation de biens, importation de services, exportation de services)
- g) Cinq chiffres qui indiquent le numéro d'ordre chronologique des dossiers de domiciliation ouverts durant un même trimestre ;
- h) Trois positions qui indiquent la monnaie de facturation selon la norme ISO.

¹<http://www.exportateur-algerie.org/> (consulté le 23/05/2017 à 10h40).

1.6 Obtention

L'attestation de domiciliation est délivrée par la banque intermédiaire agréée choisie par l'exportateur et où il possède un compte bancaire.

1.7 Conditions

Toutes personnes morales et physiques exerçant une activité économique, possédant un registre de commerce et habilitées à effectuer des opérations de commerce extérieure.

Les indications suivantes doivent être portées sur tout contrat commercial justifiant une cession de biens ou services à l'étranger peuvent bénéficier de l'attestation de domiciliation

Les noms et adresses des co-contractants;

Le pays d'origine, de provenance et de destination des biens ou services;

La nature des biens et services;

La quantité, la qualité et les spécifications techniques des marchandises;

Le prix de cession des marchandises et des services dans la monnaie de facturation et de paiement du contrat;

Les délais de livraison pour les marchandises et de réalisation pour les services; Les clauses du contrat pour la prise en charge des risques et autres frais accessoires (FOB et CAF);

1.8 Durée de validité

L'attestation de domiciliation est établie pour chaque opération d'exportation.

1.9 Coûts

L'attestation est délivrée gratuitement.

2. Produits exportables

Tous les produits et services algériens sont libres à l'exportation sauf :

- Les plants de palmiers
- Les ovins reproducteurs
- Les bovins reproducteurs

➤ Les objets représentant un intérêt national aux plans de l'histoire, de l'art ou de l'archéologie (arrêté ministériel du 09.04.94).

3. le paiement

Le paiement des exportations en consignation est exigible au fur et à mesure des ventes réalisées sous réserve de présentation de relevé mensuel des comptes des ventes et les duplicatas de factures avec les mêmes délais de rapatriement qu'une simple exportation.(art68 du règlement N° 07/01 du 23/02/07).

4. La monnaie de facturation

La monnaie de facturation peut être le dinar Algérien dans tous cas de figure, Ou bien l'une des devises convertibles et cotées par la banque d'Algérie

5. Rapatriement et rétrocession du produit de la vente à l'exportation

Art. 65 stipule que :

- Les recettes provenant des exportations hors hydrocarbures et hors produits miniers ne peuvent être encaissées qu'auprès de l'intermédiaire agréé domiciliataire du contrat.
- L'exportateur est tenu de rapatrier le produit de l'exportation dans les délais fixés par la réglementation en vigueur.
- Tout retard de paiement et de rapatriement doit être justifié. Le respect de l'obligation de rapatriement des recettes provenant des exportations incombe à l'exportateur.
- Tout retard de paiement et de rapatriement doit être déclaré par l'intermédiaire agréé à la banque d'Algérie.

L'obligation de rapatriement porte sur le montant facturé ainsi que sur le montant des frais accessoires contractuels lorsque ces derniers ne sont pas incorporés dans le prix de vente. Le montant, objet de l'obligation de rapatriement, inclut toute indemnité ou pénalité contractuelle éventuelle. (Article 66)

L'article.67 stipule que : Dès le rapatriement des recettes d'exportation, hors hydrocarbures et produits miniers, de biens et de services, l'intermédiaire agréé met à la disposition de l'exportateur:

- la partie en devises qui lui revient, conformément à la réglementation en vigueur, et qui est logée dans son compte devises;
- la contre-valeur en dinars du solde des recettes provenant de l'exportation soumise à l'obligation de cession.

Les recettes des exportations non domiciliées et celles rapatriées hors délais n'ouvrent pas droit au bénéfice de la rétrocession en devises.

La responsabilité de rapatriement des recettes d'exportations incombe à l'exportateur. Tout retard doit être déclaré par l'intermédiaire agréé à la banque d'Algérie.

5.1 délai de rapatriement

L'exportateur doit rapatrier la recette provenant de l'exportation dans un délai n'excédant pas trois cent soixante jours (360), à compter de la date d'expédition pour les biens ou de la date de réalisation pour les services¹.

La réglementation précédente obligeait l'exportateur de rapatrier ses recettes en devises provenant de l'exportation dans un délai ne dépassant pas les 180 jours à compter de la date d'expédition.

Et en cas de défaut de rapatriement dans ce délai, l'exportateur est non seulement privé de la rétrocession en devises mais il est aussi passible d'une poursuite judiciaire si ce retard n'est pas justifié.

Le délai de paiement doit être transcrit dans le contrat commercial.

5.2 Rétrocession des recettes d'exportation

La répartition du produit de l'exportation est fixée comme suit :

50% en dinars algériens, à porter sur son "compte dinars exportateur" ;

50% en devises dont :

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

✓ 60% en devises à porter sur son compte devises "personne morale".

Sous-section 2 Dispositions financières concernant le commerce extérieur

Les transactions sur les biens et services régies par un contrat commercial sont considérées comme étant des opérations de commerce extérieur, ainsi que les prestations liées aux opérations de transformation, de traitement à façon, d'ouvraison ou de réparation.

Les aménagements introduits par le règlement N° 07-01 du 03/02/2007 de la Banque d'Algérie concernant les règles applicables aux opérations de commerce extérieur sur les

¹ Cf. Règlement n°16-04 du 17.11.2016 modifiant et complétant le règlement n°07-01 du 03.02.2007 relatif aux règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises.

biens et services, ont assoupli les dispositions financières applicables aux exportations comme suit :

1. Les exportations dispensées de l'obligation de domiciliation bancaire les opérations de transit, exportations temporaires ne donnant pas lieu à paiement de prestations par rapatriement de devises; exportations contre remboursement d'une valeur inférieure ou égale à la contre valeur de 100 000 DZD faites par Algérie Poste, exportations d'une valeur inférieure à la contre valeur de 100 000 DA en valeur FOB, exportations d'échantillons, de dons et marchandises reçues dans le cadre de la mise en jeu de la garantie.

A noter que Les déclarations en douanes relatives aux exportations indiquées ci-dessus, doivent être revêtues de la mention «**Exportation non domiciliée**».

2. Domiciliation des exportations des produits frais, périssables et/ou dangereux Elle peut avoir lieu durant les cinq (05) jours ouvrés qui suivent la date d'expédition et de déclaration en douane.

Ces exportations sont autorisées en douane, sous couvert de déclaration incomplète, assortie de facture non domiciliée.

1. Les exportations en consignation

Il s'agit d'exportation de produits qui seront vendus par un dépositaire ou un commissionnaire établi à l'étranger à un prix fixé par l'exportateur. Elle est dite « à prix imposé » ou selon les intérêts de l'exportateur, elle est dite « au mieux ». Elle s'applique seulement aux fruits et légumes.

L'obligation de vendre ou de réimporter les produits dans un délai maximum d'un an à compter de la date de leur expédition est supprimée.

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

Le rapatriement devant être effectué dans le délai réglementaire décompté (180 jours) à partir de la date des ventes.

Un relevé mensuel des comptes de ventes accompagné des duplicata des factures tirées sur les acheteurs étrangers.

Sous-section 3 les mesures incitatives

1. Allocation en devises additionnelles ¹

Elle se fait par l'intermédiaire d'une banque primaire pour :

Préfinancement des importations de biens et services des opérateurs publics et privés pour réaliser des exportations non programmées ;

AGI ou licence à délivrer par le ministre du commerce ;

Imputation sur le budget devises de l'E.P.E ou E.D.A.C pour les entreprises privées ;

Demande d'attribution de quota additionnel à déposer auprès de la banque domiciliaire pour l'E.P.E ou par l'intermédiaire de la chambre nationale de commerce pour les entreprises privées ;

Fonds gérés par la B.C.A et répartition des tranches entre les banques primaires.

2. Admission temporaire avec réexportation en l'état²

Il s'agit de l'importation de matériels, matières premières et emballage destinés à la réexportation en l'état, sans autorisation préalable, en suspension totales des droits et taxes,

Ces opérations peuvent être préfinancées par les banques.

3. Transfert de sommes destinées au retrait du cahier de charges d'offres internationales³

Valable pour les opérateurs publics et privés ayant une fonction exportation

Marchés de travaux, fournitures ou toute autre prestation de services à exporter ou à exécuter à l'étranger ;

Imputation sur budget devises, plan d'allocation devises – E, D, A, C, pour le E, P, E.

En priorité sur le compte E D A pour les entreprises privées (produire copie de l'insertion de l'appel d'offre, de la facture ou autre document faisant foi),

Possibilité d'avance pour les missions diplomatiques à la demande de la banque.

Conclusion

Dans le présent chapitre, nous avons essayé de donner une présentation de notre système bancaire tout en focalisant sur l'institution bancaire et ses différentes catégories, ses fonctions et ses différents produits. Dans un deuxième volet, nous avons essayé de résumer

¹ http://www.bank-of-algeria.dz/html/instructions_et_notes_aux_banque.htm (le 29/04/2017 à 00h44)

² <http://www.douane.gov.dz> (le 29/04/2017 à 01h20)

³ http://www.bank-of-algeria.dz/html/instructions_et_notes_aux_banque.htm (consulté le 01/05/2017 à 21h30)

l'ensemble des mesures réglementaires prises et les dispositions financières en faveur des exportateurs pour les accompagner dans la réalisation des transactions commerciales.

Chapitre 03 : Le financement des exportations

Introduction

Les conditions de paiement qui constituent des facteurs déterminants pour la concrétisation du contrat de vente internationale. Ces derniers doivent faire l'objet d'un examen approfondi afin de dégager des solutions de financement adaptées.

En effet, l'octroi de crédits ou de délais de paiement aux clients, par son impact sur la trésorerie des exportateurs, reste fortement dépendant des possibilités de financement.

Les banques ou à des institutions financières spécialisées ont mis en place des crédits qui sont déterminées selon la nature du produit, le montant et les délais des crédits liés à la transaction. Afin de couvrir les besoins de financement des exportateurs, si ces derniers font appel à eux.

D'une part, les moyens de financement à court terme, et les moyens de financement à long terme, sont les principales modalités de financement des exportations.

Pour faciliter aux opérateurs le choix d'une technique de financement la mieux adaptée à la nature du besoin, il est crucial de définir le contexte d'utilisation de ces moyens à travers ce chapitre subdivisé comme suit :

Section 1 : Le financement des exportations à court terme.

Section 2 : Le financement des exportations à moyen et long terme.

Section 01 : le financement des exportations à court terme

Sous-section 01 : Le crédit de préfinancement¹

L'exportateur peut bénéficier d'un crédit de préfinancement entre la date de conclusion du marché (à la réception de la commande) et la date d'expédition de la marchandise.

Crédit réservé au financement des dépenses nécessaires à la préparation d'un stock marchand destiné à l'exportation ou des dépenses occasionnées par des exportations sous forme de prestations de services ou d'exécution de travaux à l'étranger. Concerne Toute entreprise industrielle, commerciale, agricole ou exportatrice de biens ou de services.

¹ Garsuault, (P), Priami, (S) : « opérations bancaires à l'internationales », édition RB édition 2015 p.195-198

1. Caractéristiques

La durée du crédit est adaptée à celle de la fabrication du matériel et peut aller jusqu'à la naissance de la créance.

Le montant du crédit de préfinancement qui correspond aux besoins de trésorerie de l'exportateur est déterminé sur la base d'un plan de financement.

Le remboursement du crédit est assuré soit par la mise en place d'un crédit de mobilisation de créances nées. Soit par un règlement au comptant de l'acheteur étranger notamment par utilisation d'un crédit acheteur ;

Le coût de ce crédit est lié au taux de base bancaire à la date de signature du contrat de crédit appuyé des frais et de commissions.

Pendant la période d'exécution du contrat, le vendeur peut bénéficier de la garantie d'un organisme d'assurance contre le risque de fabrication (risque d'interruption de marché) qui pourrait être occasionné par une défaillance financière de l'acheteur, une catastrophe naturelle ou par un événement politique ou monétaire.

2. Avantages et inconvénients

Le crédit de préfinancement offre des avantages visant la promotion des exportations.

- La disponibilité de fonds suffisants permet l'exécution satisfaisante, par l'exportateur, des commandes confiées (en particulier le respect des délais fixés par l'acheteur) ;
- Une bonne exploitation de ce crédit peut favoriser la conquête d'autres marchés.

Mais, pour ce type de crédit le montant est souvent plafonné et il n'est pas accessible à toutes les entreprises.

Sous-section 2 : La mobilisation des créances nées sur l'étranger¹

Les mobilisations de créances permettent aux entreprises exportatrices de financer leur poste clients sur l'étranger et de financer les décalages de trésorerie, lorsqu'elles accordent

¹ Document interne de l'agence

des délais de règlement à leurs clients étrangers. Ces financements sont appelés également par certains établissements « Dailly sur l'étranger » lorsqu'une convention Dailly est demandée en garantie du financement. Elle représente un financement d'exportation dès la naissance de la créance due à l'exportateur.

1. Caractéristiques¹

La mise en place du crédit intervient dès la sortie de la marchandise des douanes.

La mobilisation se réalise par escompte, soit de traites tirées par l'exportateur sur la banque et acceptées par elle, soit de billets à ordre souscrits par l'exportateur à l'ordre de sa banque et avalisés par celle-ci.

La mobilisation peut porter sur l'intégralité des créances.

Le crédit peut être accordé pour une durée limitée de 18 mois à compter de la naissance de la créance.

Le taux d'intérêt accordé à ce type de crédit est lié au taux de base bancaire auquel s'ajoutent les commissions bancaires.

Afin de se prémunir contre les risques (commercial et politique), les créances à mobiliser peuvent être garanties par un organisme d'assurance. La police d'assurance souscrite par l'exportateur est subrogée au profit de la banque mobilisatrice.

2. Procédure²

Le vendeur ayant accordé un délai de paiement à l'acheteur, mobilise sa créance auprès de la banque qui va alors créditer son compte à concurrence du montant de la créance.

Une fois que cette créance arrive à échéance (délai convenu), la banque de l'exportateur recevra la contrepartie de son paiement par l'intermédiaire de la banque de l'acheteur.

¹ Garsuault, (P), Priami, (S) : « opérations bancaires à l'internationales », édition RB édition, 2015, p.201

² <http://www.igf.finances.gouv.fr/> (le 14/05/2017 à 07h06)

3. Avantages et inconvénients¹

Comme pour le crédit de préfinancement, la mobilisation de créances nées sur l'étranger contribue à la promotion des exportations et cela à travers les avantages qu'elle offre :

- Elle permet aux exportateurs ayant des créances payables à terme, de disposer immédiatement de fonds nécessaires à leur exploitation ;
- Elle améliore le niveau de compétitivité des entreprises nationales par l'octroi d'avantages financiers aux clients comparables à ceux de leurs concurrents étrangers.

Toutefois, l'exportateur qui choisit cette formule n'est pas à l'abri des risques suivants :

- Risque de non-paiement ;
- Risque de change (si la facturation est faite dans une monnaie autre que celle du pays).

Sous-section 3 Les avances en devises

Les avances en devises constituent un financement à court terme que les entreprises obtiennent auprès des banques, sous forme de prêts en devises. Elles permettent à l'exportateur de disposer immédiatement d'une trésorerie en devises convertibles correspondant à la contre-valeur de la créance qu'il possède sur leur client étranger².

1. Caractéristiques³

Une avance peut être consentie dans toute monnaie convertible et peut porter sur 100% de la créance.

La durée de l'avance correspond à la durée de la créance majorée du délai d'encaissement

Le coût de l'avance englobe le taux d'intérêt sur le marché des euro-devises et les frais constituant les commissions de la banque.

Les intérêts sont payables en devises à terme échu.

¹ Garsuault, (P) , Priami, (S) : « opérations bancaires à l'internationales » op-cit,p.204

² LEGRAND (G), MARTINI(H) : « gestion des opérations import-export », Dunod, Paris, 2008, p. 202

³ Document interne agence bnp paribas skikda

2. Déroulement de l'opération¹

Une opération d'avance en devises se déroule comme suit :

L'exportateur emprunte auprès de sa banque le montant de devises correspondant à la créance qu'il détient sur l'importateur.

Le remboursement est assuré, à l'échéance de la créance, par l'importateur via sa banque.

L'exportateur a la possibilité de vendre les devises sur le marché des changes, au comptant, afin de reconstituer sa trésorerie en monnaie nationale.

3. Avantages et inconvénients²

L'avance en devise présente les avantages suivants :

- Couverture du risque de change, si la devise de l'avance est celle de facturation.
- Mise à la disposition de l'exportateur des fonds à concurrence de 100% de la créance.
- La mise en place de ce crédit est très simple et se base sur un minimum de formalités.
- Les coûts de l'avance sont inférieurs à ceux de la mobilisation de créances sur l'étranger.

Cependant, il y a lieu de relever quelques points faibles :

- Le risque commercial est à la charge de l'exportateur.
- Si la devise de l'emprunt diffère de la monnaie de facturation, l'exportateur encourt toujours le risque de change.

Sous-section 4 L'affacturage³

L'opération d'affacturage consiste en un transfert de la propriété des créances commerciales de leur titulaire à une société d'affacturage (en anglais factor), qui se charge d'en opérer le recouvrement et qui en garanti la bonne fin, même en cas de défaillance

¹ Document interne agence bnp paribas skikda

² <http://docplayer.fr/6232693-Introduction-i-les-modes-de-financement-des-exportations.html> (le 14/05/2017 à 06h53)

³ Document interne de l'agence BNP Paribas Skikda

momentanée ou permanente de l'acheteur. Le factor peut régler par anticipation tout ou partie des créances transférées.

1. Caractéristiques

L'affacturage présente quatre services essentiels pour l'entreprise cliente « adhérente » :

- financement des créances 48 heures,
- recouvrement des factures export,
- garantie à 100% contre le risque d'insolvabilité,
- gestion complète des comptes clients.

En la dégageant totalement des temps accaparés par la comptabilité clients, par la gestion des risques et par le financement, l'affacturage permet à l'entreprise de se recentrer sur son cœur de métier. C'est le « core business », théorie américaine qui vise à développer la sous-traitance (ou externalisation) de tout ce qui environne le métier principal.

La prise en charge du recouvrement par un factor permet la diminution du DSO (Day Sales Outstanding) et la réduction du coût financier.

A l'international, en outre, un contrat d'affacturage-export peut être souscrit parallèlement à une police d'assurance-crédit déléguée au profit du factor export, le factor étranger correspondant n'assurant que le recouvrement, ce qui permet de négocier.

2. Déroulement et schéma général

Le déroulement de l'opération se fait comme suit :

L'exportateur s'adresse à une société d'affacturage internationale pour solliciter un financement ;

Pour donner son accord, le factor export peut faire appel à un factor import dans le pays vers lequel le vendeur exporte sa marchandise.

Dès l'obtention de cet accord, l'exportateur signe le contrat d'affacturage avec le factor export, au terme duquel, tous les effets à recevoir sont cédés à ce dernier ;

L'importateur et l'exportateur concluent ensuite le contrat commercial intégrant la clause relative au financement par "l'affacturage".

L'exportateur expédie la marchandise accompagnée des factures précisant que le paiement doit se faire, à échéance, à la société de factoring.

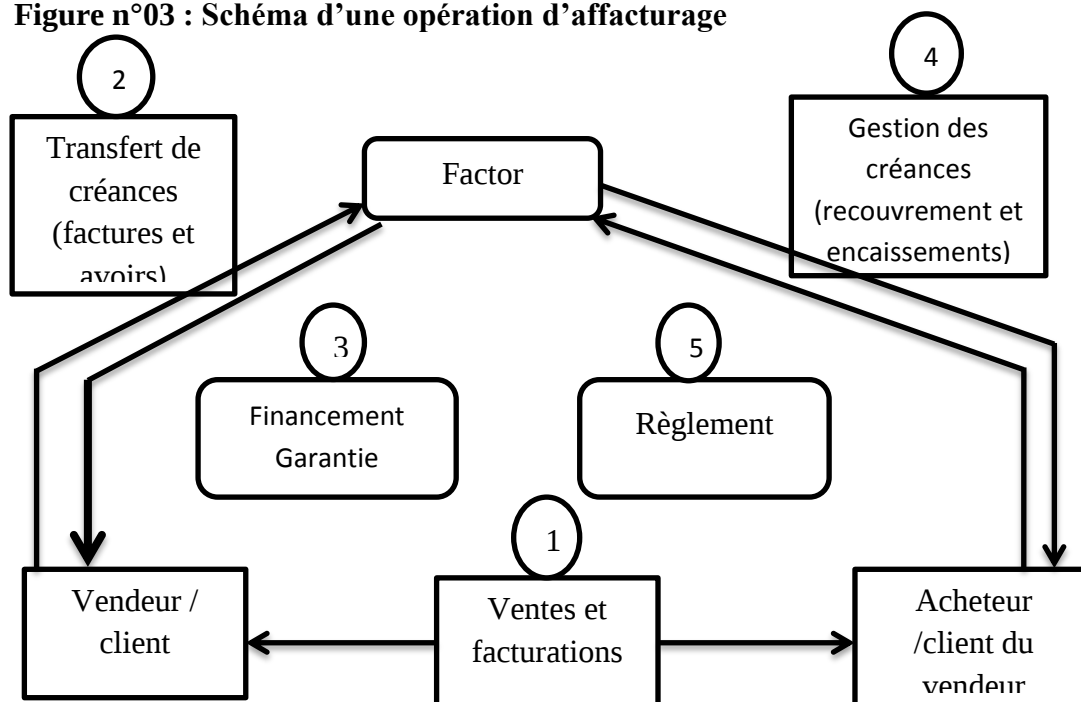
Le factor export procède alors au règlement de l'adhérent (l'exportateur) soit par chèque soit en souscrivant à son ordre un billet qu'il pourra escompter auprès de sa banque.

De cette manière l'exportateur, bénéficie d'un recouvrement anticipé de ses créances, moyennant le paiement d'une commission au factor ;

Le factor export transmet les effets au factor import ;

Le factor import procède aux recouvrements à échéance des effets puis le fait parvenir au factor export.

Figure n°03 : Schéma d'une opération d'affacturage



Source : document interne

3. Avantages et inconvénients

Cette technique présente aux exportateurs les avantages suivants :

- Le financement immédiat des factures à hauteur de 100 % et à des coûts connus à l'avance ;
- Le recouvrement de leurs créances et la gestion de leurs comptes clients ;
- L'allégement de leur bilan par la cession du poste clients ;
- La garantie à 100% contre le risque de non-paiement et le risque de change.

Néanmoins:

- Le coût de cette opération est relativement élevé ;
- L'exportateur peut subir un préjudice commercial car en cas de retard de paiement par l'importateur, la préoccupation du factor risque d'être moins diplomatique envers le client.

Section 2 : le financement des exportations à moyen et long terme

Les financements à moyen et long terme permettent aux exportateurs de bien d'équipement, généralement coûteux, d'accorder à leurs clients un étalement des paiements qui ne peuvent être supportés par leur trésorerie.

Sous-section 1 : Le crédit fournisseur ¹

Les fournisseurs font appel aux banques pour l'obtention de ce type de crédit.

Le crédit fournisseur est un prêt bancaire accordé directement au fournisseur (exportateur) lui permettant d'octroyer des différés de paiement aux acheteurs (importateurs).

Le crédit fournisseur permet au fournisseur d'escompter sa créance et d'encaisser, au moment de la livraison partielle ou totale de l'exportation, le montant des sommes qui lui sont dues par l'acheteur étranger.

¹ GARSUAULT, (P) , PRIAMI, (S) : « opérations bancaires à l'internationales » , édition RB édition 2015 p. 218

1. Caractéristiques

L'objet du crédit fournisseur est de financer des biens d'équipements ainsi que les services qui leurs sont liés.

Le montant du crédit, en principal et intérêts, est égal au montant de la créance payable à terme.

La durée est :

- comprise entre 18 mois et 7 ans, lorsque le crédit est à moyen terme;
- supérieure à 7 ans quand le crédit est à long terme.

Le crédit fournisseur peut être payé progressivement : " procédures des paiements progressifs " : l'exportateur mobilise les créances nées progressivement, au fur et à mesure de l'exécution du contrat qui correspond à des livraisons partielles.

A signaler que le contrat commercial peut prévoir des paiements progressifs sans livraisons partielles.

Le remboursement de la banque prêteuse s'effectue souvent par semestrialités égales en procédant à l'encaissement des effets du principal et des intérêts.

Le crédit fournisseur consiste en un escompte «sauf bonne fin » d'effets, autrement dit avec recours contre le fournisseur en cas de défaut de paiement aux échéances prévues.

En effet, le risque d'impayé est à la charge de l'exportateur. Il est donc nécessaire que ce dernier se couvre auprès d'un assureur contre le risque de crédit (risque de non transfert).

Bien entendu, l'exportateur garde à sa charge la partie non garantie de la créance.

2. Déroulement et schéma général

La procédure d'un crédit fournisseur s'établit comme suit :

Tout d'abord, l'exportateur exprime à sa banque sa volonté d'accorder un délai de paiement à son client et l'interroge sur les délais, le taux et la part finançable. Après accord mutuel, l'exportateur se couvre auprès d'un organisme d'assurance.

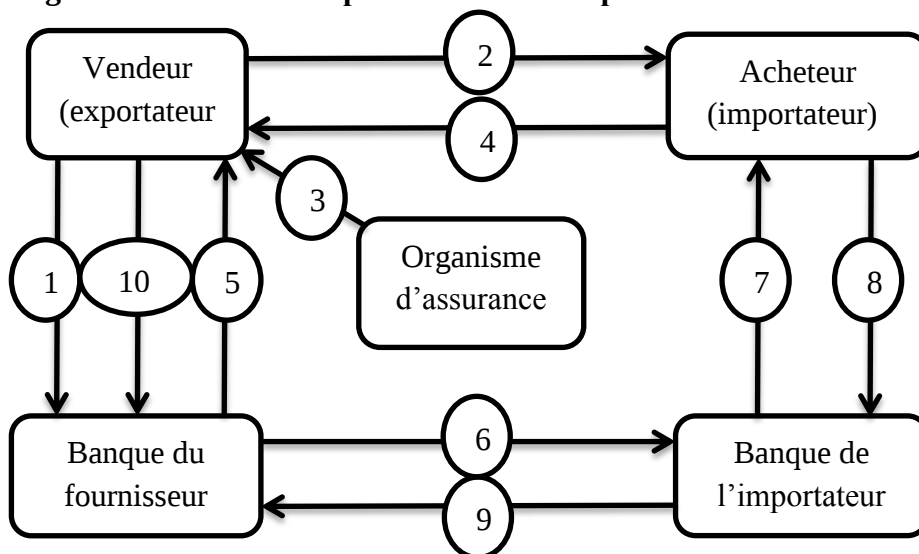
Par la suite, l'exportateur et l'importateur établissent le contrat commercial fixant en outre les conditions financières.

L'exportateur expédie la marchandise et remet les documents à sa banque accompagnés des effets tirés sur l'acheteur selon le nombre de semestrialités de remboursement.

Ces effets sont transmis à la banque de l'importateur en vue de leur acceptation par l'acheteur et aval, le cas échéant, par cette dernière.

Enfin, la banque de l'importateur transmet ces effets, acceptés par son client, à la banque de l'exportateur qui procédera ensuite à leur escompte.

Figure n°04 : schéma représentatif d'une opération de crédit fournisseur



Source : documents interne de l'entreprise

- 1- Demande de financement de l'exportateur à sa banque.
- 2- Accord d'un délai de paiement par le fournisseur à son client.
- 3- Souscription par le fournisseur d'une assurance.
- 4- Etablissement du contrat commercial.
- 5- Expédition de la marchandise et la remise des documents par l'exportateur.

- 6- Transmission par la banque de l'exportateur des documents à la banque de l'importateur.
- 7- Remise des documents commerciaux et des effets pour acceptation à l'acheteur
- 8- Retour des effets, acceptés par le client, à sa banque.
- 9- Aval des effets par la banque de l'importateur et leur transmission à la banque de l'exportateur.
- 10- Escompte des effets par la banque de l'exportateur.

3. Avantages et inconvénients

Le crédit fournisseur présente les avantages suivants :

- La négociation donne lieu à un seul contrat reprenant les aspects commerciaux, techniques et financiers.
- La simplicité et la rapidité de la mise en place du crédit.
- Le financement peut porter sur 100% du contrat.
- La connaissance rapide de l'échéancier et du coût.
- L'importateur n'a qu'un seul interlocuteur, le fournisseur, qui est en même temps producteur, exportateur et financier.

Toutefois, l'exportateur qui a recours à ce financement subit quelques inconvénients :

- Il est contraint de supporter les risques commerciaux et politiques s'il ne se couvre pas auprès d'un organisme d'assurance (si l'acheteur ne paye pas, le fournisseur reste débiteur de la banque).
- Il supporte la quotité non garantie par l'assureur crédit.
- La préparation, le montage et la gestion du dossier crédit sont à sa charge.

De même l'acheteur se trouve face aux inconvénients suivants :

- La possibilité d'augmenter les prix pour couvrir les frais et charges ;
- comme le coût du matériel et de la prestation financière sont intégrés dans le même montant du contrat ; la valeur du matériel n'apparaît pas toujours de manière distincte.

Sous-section 2 : Le crédit acheteur

Le crédit acheteur vise à dégager le fournisseur des problèmes de crédit.

Le crédit acheteur est un crédit financier accordé directement à un acheteur étranger par une institution de crédit dans le pays de l'exportateur dont les fonds doivent être utilisés pour régler les importations stipulées. Fonctionnement: Le crédit acheteur est destiné à financer : les biens d'équipement (unités de complètes de production, ensembles industriels, matériels indépendants). Les prestations de service (études, ingénierie, licences).¹

Il repose sur deux contrats juridiquement indépendants.

1- Un contrat commercial, définissant les obligations respectives de l'acheteur et du vendeur.

2- Un contrat financier (une convention de crédit), par lequel la banque s'engage sous certaines conditions de mettre à la disposition de l'emprunteur (qui peut être l'acheteur ou sa banque) les sommes nécessaires pour honorer ses engagements de paiement au comptant vis-à-vis du vendeur.

L'emprunteur s'engage à rembourser le montant du crédit selon les modalités précisées dans le contrat financier. Ainsi le contrat commercial est bien distinct du contrat financier.

Néanmoins, comme ce dernier ne peut être généré sans le contrat commercial, son entrée en vigueur reste toujours subordonnée à celle du contrat commercial.

1. Caractéristiques

Ce type est utilisé lorsqu'il s'agit d'exportation de biens d'équipement ou de quantités importantes de matières premières.

Le crédit acheteur finance généralement 85 % du montant total du contrat commercial, étant donné que l'emprunteur est obligé de verser un acompte de 15 %.

Les modalités de paiement du vendeur sont expressément prévues par le contrat commercial. Les paiements sont généralement progressifs

¹ <http://docplayer.fr/6232693-Introduction-i-les-modes-de-financement-des-exportations.html> (le 14/05/2017 à 06h53)

Et s'échelonnent au fur et à mesure de la réalisation par l'exportateur de ses obligations contractuelles.

Le remboursement se fait généralement par des semestrialités successives, égales en principal et dégressives en intérêts, à partir de la date du point de départ des remboursements.

Les semestrialités de remboursement sont matérialisées soit par des billets à ordre souscrits par l'emprunteur, soit par des échéanciers de remboursement.

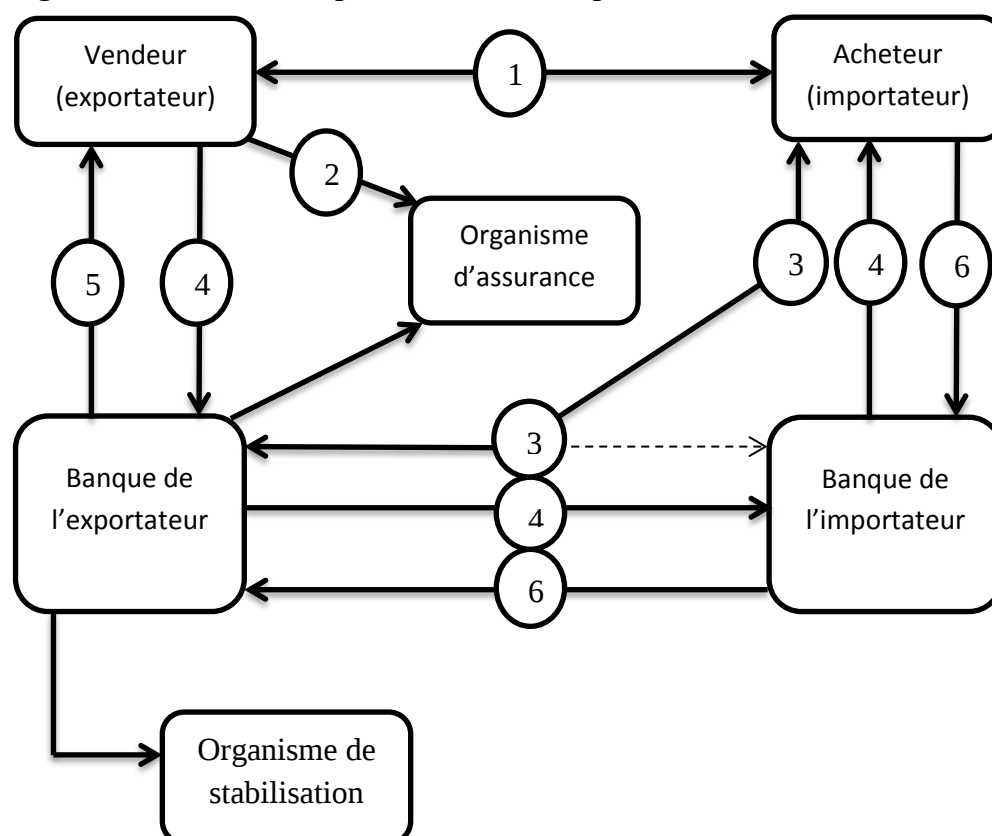
La durée de remboursement varie de 2 à 12 ans selon le montant de l'opération, la nature du produit et le pays de destination.

2. Les différentes phases du crédit acheteur

Pour l'exécution du contrat, le fournisseur est souvent amené à engager des dépenses importantes ; il souhaite donc recevoir des débloquages de fonds de la part de la banque prêteuse afin de soulager sa trésorerie. De son côté, l'acheteur souhaite différer les paiements dus au fournisseur après l'achèvement définitif des prestations. Pour concilier ces intérêts contradictoires les banques ont mis en place la technique du " crédit acheteur".

3. Schéma et mécanisme

Figure n°05 : schéma représentatif d'une opération du crédit acheteur



- 1- La conclusion du contrat commercial entre l'acheteur et le vendeur, en prévoyant les modalités de paiement : montant de l'acompte et le mode de son règlement, la partie à financer par crédit acheteur...
- 2- L'exportateur et sa banque sollicitent l'organisme d'assurance afin de souscrire les polices d'assurance. Généralement, c'est cet organisme qui fixe les conditions de crédit : la part finançable, les primes d'assurance...
- 3- Le contrat financier (convention de crédit) est signé entre l'emprunteur (l'acheteur ou sa banque) et le prêteur (la banque du vendeur).
- 4- L'exportateur présente les documents exigés par l'acheteur à sa banque, et cela après avoir exécuter ses obligations contractuelles (les livraisons).
- 5- La banque prêteuse règle l'exportateur suivant les conditions et modalités prévues dans le contrat de crédit d'une part, d'une autre part elle notifie l'emprunteur par un avis d'utilisation pour la tranche débloquée.
- 6- L'acheteur procède au remboursement du principal et au paiement des intérêts et des commissions suivant l'échéancier de remboursement.

4. Avantages et inconvénients

Ce crédit est le mode de financement le plus utilisé, il présente de nombreux avantages :

- 1- Pour l'exportateur
 - Il est réglé au comptant, ce qu'il lui permet d'augmenter ses liquidités;
 - Il est libéré de la négociation et de la charge du crédit. Il est donc dégagé du risque de crédit qui est transféré à la banque prêteuse ;
 - Cette technique lui procure un avantage concurrentiel du fait que l'acheteur dispose de plusieurs années pour le remboursement du crédit ;
 - Son bilan est allégé étant donné que les créances sur l'importateur sont supprimées.
- 2- Pour l'importateur
 - Bénéficiaire de délais de paiement.
 - Les coûts relatifs à cette technique sont connus avec exactitude.

Toutefois l'utilisation du crédit acheteur implique les inconvénients suivants:

- 1- Pour l'exportateur

- Seules les grandes entreprises peuvent bénéficier de ce type de financement ;
- Les coûts étant connus avec précision, il se trouve limité en termes de liberté d'action sur le prix pratiqué.

Quant à l'acheteur, il se trouve face :

- à deux interlocuteurs au lieu d'un seul, de plus la double négociation (contrat commercial, convention de crédit) prend généralement beaucoup de temps ;
- à la lenteur de l'opération ;
- au coût de crédit, qui est souvent élevé à cause des commissions et des primes d'assurance qui s'ajoutent aux intérêts liés au crédit ;
- au risque de change, puisqu'il s'endette dans une monnaie autre que la sienne.

Sous-section 3 : Le crédit-bail international(le leasing) ¹

« Le crédit-bail est un mode de financement des biens d'équipements à usage professionnel utilisant les avantages de la location. Il consiste pour le bailleur (société de leasing) à acquérir auprès d'un fournisseur un ou plusieurs équipements sur instruction de l'importateur(le preneur) auquel il va céder l'usage de l'équipement sans la propriété. Autrement dit l'équipement est loué pour une durée ferme et irrévocable ».

Au terme du bail (la durée de location) le preneur a la faculté d'acheter l'équipement moyennant un prix résiduel qui aura pris en compte les loyers payés.

S'il renonce à cette option ; il doit restituer le matériel au bailleur.

Le choix du matériel se fait par le preneur qui convient avec son fournisseur des caractéristiques techniques, de la date de livraison et du prix de l'équipement.

Par conséquent le rôle du bailleur est purement d'ordre financier.

1. Caractéristiques

Le crédit-bail concerne généralement des contrats assez importants tels que les :

- matériels de transport : avions, navires, conteneurs ...

¹ LEGRAND (G), MARTINI(H) : « gestion des opérations import-export », Dunod, Paris, 2008, p.256-259

- équipements pétroliers.
- matériels de chantiers utilisés par des entreprises de travaux publics.
- machines- outils ...

L'opération de crédit-bail se caractérise par la conclusion de trois contrats :

- 1- Contrat technique entre le preneur et le fournisseur.
- 2- Contrat de fourniture entre le fournisseur et le bailleur.
- 3- Contrat de crédit-bail entre le bailleur et le preneur.

Le montant du loyer peut être constant ou dégressif.

Le crédit-bail peut être soit :

1- **Financier (finance lease)** : la location est conclue par des établissements de financement spécialisés, pour la durée de l'exploitation économique de l'actif. Le montant des loyers correspond sensiblement à la valeur de l'actif (>90%).

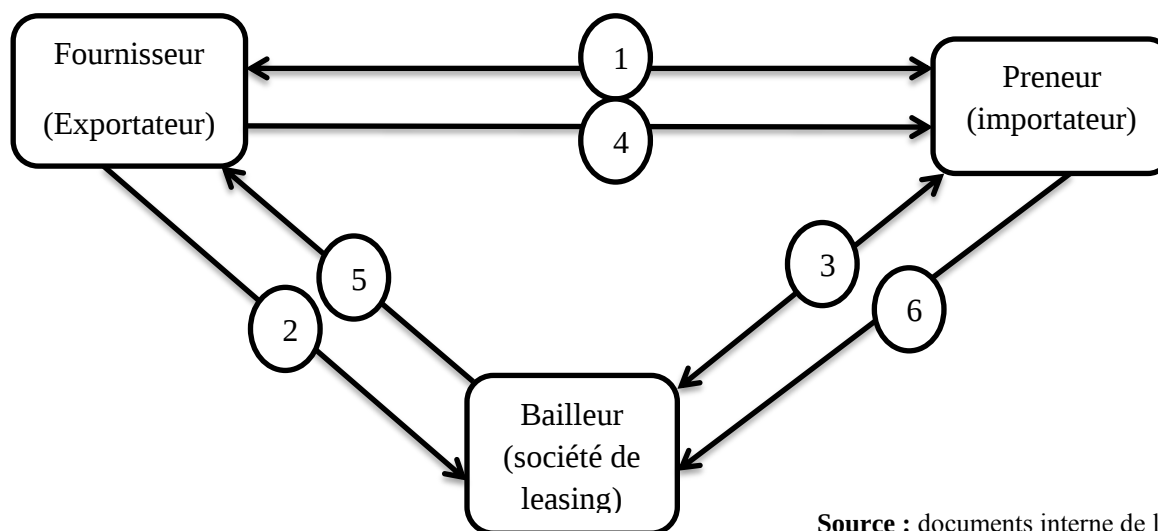
Dans ce cas, tous les droits, obligations et risques liés à la propriété du bien financé sont transférés au locataire (preneur).

2- **Opérationnel (operating lease)** : la location est conclue par des fabricants d'équipements, à la fois fournisseurs et bailleurs.

Dans ce cas la location est conclue pour une durée inférieure à la période d'exploitation économique de l'actif, ce qui fait que les biens en question peuvent être revendus ou loués à nouveau. Les droits, obligations et risques ne sont pas transférés en totalité au locataire.

2. Déroulement de l'opération et schéma général

Figure n°06 : schéma représentatif d'une opération de leasing



1- Conclusion du contrat technique entre le preneur et le fournisseur précisant :

Les caractéristiques des équipements en question ;

Le prix de vente ;

Les délais de livraison ;

La formule convenue de crédit-bail.

2- Le contrat de fourniture : le fournisseur établit la demande de crédit-bail au bailleur et procède à la vente des équipements à ce dernier suivant les clauses et conditions convenues entre le fournisseur et le preneur. Le contrat de fourniture doit prévoir la conclusion du contrat de crédit-bail comme condition suspensive.

3- Le contrat de crédit-bail est conclu entre le bailleur et le preneur. Dans ce contrat sont fixées les modalités de la location (du leasing), la durée irrévocable du leasing, le loyer, les modalités de paiement et le montant de l'option d'achat.

4- Le fournisseur expédie l'équipement, l'outillage ou le matériel au "preneur".

5- Le bailleur règle le prix des équipements au fournisseur sur la base des documents attestant la bonne exécution de l'opération d'expédition.

6- Le preneur paie régulièrement les loyers dus. Au terme de la période de location il a

La faculté d'opter pour l'achat en réglant le montant résiduel correspondant.

3. Avantages et inconvénients

Le leasing est une technique de financement qui offre de nombreux avantages :

1- Pour le preneur, en lui donne la possibilité :

- D'obtenir le financement des actifs dont il a besoin sans avoir à puiser dans ses capitaux propres ;
- D'obtenir, à moindre coût, ce financement par rapport à l'option d'achat ;
- De bénéficier de la location des actifs pour une durée fixée en fonction de la durée de vie économique, c'est à dire obtenir de nouveaux outils de production sans avoir à mobiliser les fonds nécessaires à l'investissement ;
- échanger, à la fin ou au cours du bail, les équipements loués contre d'autres plus modernes ou plus adaptés à son besoin ;
- De libeller les loyers dans la devise qu'il souhaite ;
- De ne pas affecter le niveau des immobilisations dans son bilan ;
- De bénéficier d'avantages fiscaux (droits de douanes appliqués, TVA appliquée ...), par rapport à un crédit de financement classique,

2- Pour le fournisseur, en lui permettant :

- De bénéficier d'un financement souple ;
- D'être réglé au comptant sans être exposé aux risques d'impayé et de change.
- De son côté le bailleur bénéficie :
- D'une garantie sur le bien loué dont il garde la propriété jusqu'à la vente ;
- D'avantages fiscaux : *« certaines juridictions permettent, parfois, au bailleur d'amortir, de manière accélérée, le coût d'acquisition du bien »*.¹

Le crédit-bail renferme toutefois des inconvénients :

- Le coût du crédit-bail est très élevé; en effet les loyers à verser et le prix résiduel devant être payé dans le cas de l'option d'achat sont importants.
- La complexité du montage de l'opération.

¹ AFFAKI. (G), ROUR.(J-S), CATTANI.(C), BOURQUE.(J-F), "Financements et garanties dans le commerce international". Centre du commerce international, Genève, 2002, P .150

- Le bailleur est exposé à différents risques (juridiques, monétaires ou politiques) qui expliquent la réticence des "sociétés de leasing".
- La lourde responsabilité du preneur en cas de dommage causé au bien loué.
- Les opérateurs internationaux disposent d'autres techniques de financement à moyen et long terme, moins utilisées mais qui peuvent s'avérer mieux adaptés dans certains cas.

Sous-section 4 : les autres techniques de financement d'exportation

1. Le forfaitage (forfaiting)¹

Parmi les nouvelles techniques de financement, il y a le forfaitage. C'est une formule hybride entre le crédit fournisseur et le crédit acheteur.

Une transaction de forfaitage est un achat sans recours d'instrument de dette auprès d'un exportateur, avec l'engagement de paiement irrévocable sous une forme préalablement agréée par la banque.

Il consiste pour un exportateur, ayant accordé des délais de paiement à son client, de céder les créances détenues sur ce dernier à un organisme qui peut être sa banque ou une société de forfaiting en contrepartie du paiement immédiat des valeurs nominales de ces créances diminuées des commissions d'escompte.

Cette cession est un escompte "à forfait" car elle représente une opération de vente définitive sans recours contre le cédant en cas de défaillance du débiteur (acheteur).

1.1 Caractéristiques

Cette technique se caractérise par la conclusion de deux contrats :

- 1- Un contrat commercial entre acheteur et vendeur ;
- 2- Un contrat de forfaitage entre vendeur et société de forfaitage.

Cette technique est adaptée généralement aux exportateurs de biens d'équipements. Elle convient aux opérations de moyenne importance, particulièrement aux petites et moyennes entreprises dont l'expansion sur les marchés étrangers est difficile.

¹ Document interne de l'agence

Elle concerne des instruments spécifiques relatifs à des expéditions de marchandises ou à la réalisation de prestations de services. la matérialisation de dette commerciale peut prendre différentes formes :

- billet à ordre
- lettre de change
- crédit documentaire à paiement différé, confirmé ou non,
- lettre de crédit stand-by ou autre garanties de paiement,
- voire factures approuvées.

Ces instruments peuvent en outre bénéficier d'une couverture d'assurance-crédit publique ou privée.

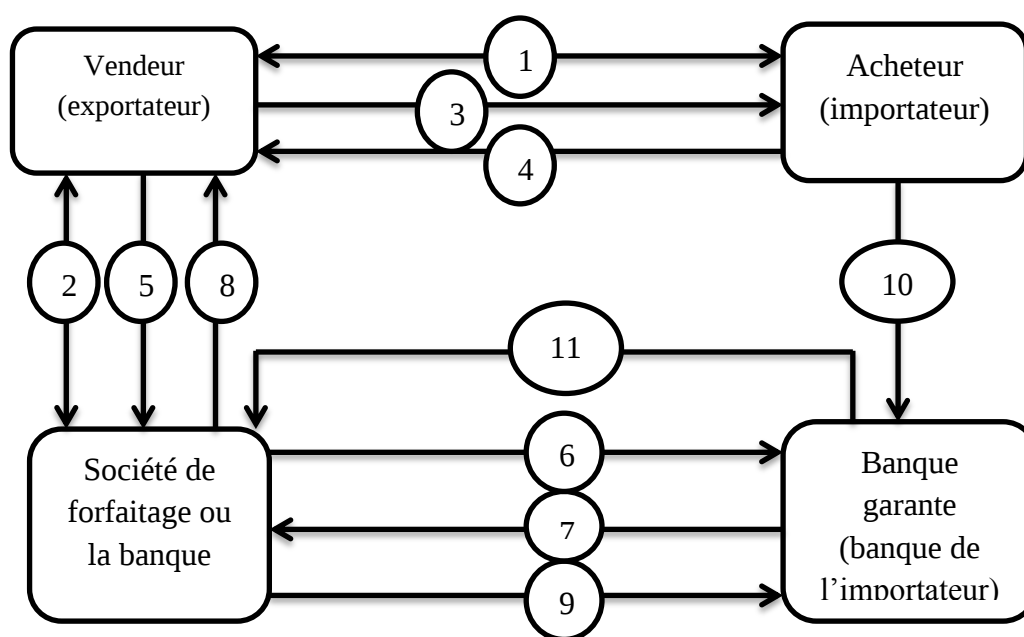
Le montant qu'encaisse l'exportateur correspond à la valeur nominale des créances diminuée d'une commission d'escompte.

Le délai de règlement varie généralement entre 18 mois et 5 ans. Cependant, il est possible d'acheter des créances inférieures à 18 mois sans toutefois descendre en dessous du seuil de 6 mois. De même, certaines créances peuvent atteindre 10 ans.

Les créances doivent être libellées dans les monnaies pour lesquelles le refinancement est immédiat et sans problème, sinon elles risquent d'être refusées par le forfaitaire.

Après le rachat de la créance, le forfaitaire n'a droit à aucun recours contre l'exportateur en cas de défaillance du débiteur.

Figure n°07 : Schéma représentatif d'une opération de forfaitage



Source : documents interne de l'entreprise

- 1- Contrat commercial.
- 2- Contrat de forfaiting.
- 3- Livraison et facturation.
- 4- Support de paiement.
- 5- Transmission du support de paiement à l'escompte.
- 6- Demande d'aval.
- 7- Aval.
- 8- Paiement au comptant du net escompte.
- 9- Présentation du support de paiement à l'échéance.
- 10- Paiement à l'échéance.
- 11- Virement à l'échéance.

2. La confirmation de commande¹

La confirmation de commande est une technique de financement d'origine anglo-saxonne. Il s'agit d'un escompte sans recours d'un crédit fournisseur par une société de confirmation de commande, suite à une demande de la confirmation de commande par le client importateur.

¹Garsuault, (P) , Priami, (S) : « opérations bancaires à l'internationales » , édition RB édition 2015, p.230

2.1 Caractéristiques

Technique destinée à financer des opérations importantes d'exportation de biens d'équipement.

La société de confirmation de commande s'engage à payer l'exportateur sans recours en cas de défaillance de l'acheteur.

Ce financement concerne une seule créance relative à une opération et non pas à un ensemble de créances sur une période déterminée correspondant à des ventes répétitives.

Le coût d'une confirmation de commande est composé de la commission de confirmation de commande, de la prime d'assurance et du coût du financement, qui est le coût de mobilisation de créances augmenté d'un pourcentage afin de couvrir les risques.

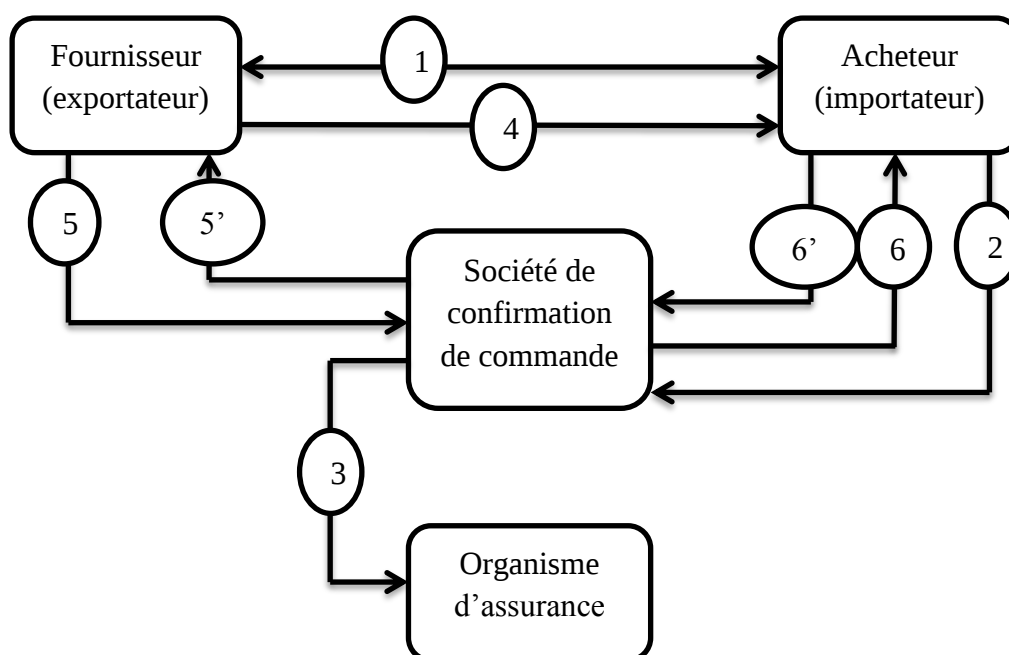
2.2 Procédure et schéma général

Après conclusion du contrat commercial avec l'exportateur, l'acheteur étranger procède à la demande de confirmation de commande par laquelle il s'engage à lever les documents, accepter et payer les effets commerciaux.

Dès la réception de cette demande, la société spécialisée en confirmation de commande fait une évaluation de risque et sert d'intermédiaire dans la négociation. En cas d'acceptation de l'opération, elle doit faire signer la demande de confirmation par l'acheteur.

Par ailleurs elle doit contracter une assurance-crédit auprès d'un organisme d'assurance pour se prémunir des risques. Cette société doit régler ensuite l'exportateur ayant livré la marchandise contre remise des documents originaux d'expédition et des traites tirées sur l'acheteur. A échéance, l'acheteur paye cette dernière contre présentation des traites.

Figure n°08 : Schéma représentatif d'une confirmation de commande



Source : documents interne de l'agence

- 1- Contrat commercial.
- 2- Demande de confirmation de commande auprès de la société de confirmation de commande.
- 3- Couverture des risques auprès d'un organisme d'assurance.
- 4- Livraison de la marchandise.
- 5- Présentation des documents d'expédition et des traites.
- 5'- Paiement.
- 6- Présentation des traites à échéance.
- 6'- Paiement à échéance.

3. Le crédit financier¹

Le crédit financier dénommé également «crédit d'accompagnement » ou encore «crédit parallèle » est toujours lié à une opération d'exportation bien précise. Exigé par l'importateur, ce crédit est destiné à :

Financer l'acompte qui est généralement entre 15 et 30% du montant du contrat ;

¹ Garsuault,(P) , Priami, (S) : « opérations bancaires à l'internationales » , édition RB édition 2015, p.235

Financer les prestations de services liées à l'exportation et qui ne sont pas couvertes par des organismes de crédit ;

Financer les dépenses locales résultant de l'exécution du contrat commercial.

3.1 Caractéristiques

Le coût d'un crédit financier est plus élevé que celui d'un crédit à l'exportation, du fait qu'il comporte des risques plus importants.

La durée d'un tel crédit est relativement courte par rapport à un crédit à l'exportation ; toutefois, elle varie généralement entre 3 et 12 ans.

Le montant correspond aux besoins de l'importateur.

Organisé par la banque de l'exportateur, le crédit financier est accordé à la banque de l'importateur ou encore à l'importateur directement.

Les crédits financiers sont généralement accordés en la devise du contrat.

Ce crédit n'est accordé que dans le cas où le débiteur ainsi que son pays sont parfaitement solvables.

Le crédit est matérialisé par la signature d'une convention financière entre le prêteur et l'emprunteur.

Les conditions de financement de ce crédit sont celles pratiquées sur le marché financier international.

3.2 Avantages et inconvénients

Le principal avantage est le but de ce crédit qui est le financement des acomptes, des prestations de services et des dépenses locales liées à l'exécution du contrat commercial.

Par contre ce crédit présente les inconvénients suivants :

- Absence de toute garantie, les banques assument donc le risque de non-remboursement.
- Absence de taux d'intérêt bonifié, d'où les banques recourent aux taux variables.
- Le coût de ce crédit est très élevé.

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons essayé d'exposer les techniques de financement d'exportation les plus utilisés, tout en présentant la procédure de réalisation de chaque technique, celui-là a été suivi par un commentaire sur les avantages et les inconvénients propre à chacune pour noter qu'il n'existe pas une formule meilleure que les autres pouvant être appliqués dans tous les cas.

Il y a lieu de préciser enfin que ces techniques ne sont pas toutes utilisées en Algérie (absence des sociétés de forfaitage, d'affacturage...).

A signaler également que l'utilisation du " crédit acheteur" qui était très fréquente auparavant, tend à diminuer sensiblement en raison du risque de change qu'il engendre.

Chapitre 04 : Etude de cas BNP Paribas agence -Skikda-

Section n 01 : présentation de l'organisme d'accueil

Sous-section 01 : le groupe Bnp Paribas

Leader Européen des services bancaires et financiers et qui fait partie de l'indice CAC40, le groupe BNP Paribas, né le 23 mai 2000 de la fusion de la banque nationale de Paris (BNP) et Paribas. Présent dans 88 pays et est fortement implanté sur toutes les grandes places financières mondiales. Présent dans toute l'Europe, à travers l'ensemble de ses métiers, la France et l'Italie ont ses deux marches domestiques en banque de détail. BNP Paribas possède, en outre, une présence significative et en croissance aux Etats-Unis et des positions fortes en Asie et dans les pays émergents et outre-mer.

1. Historique du groupe BNP Paribas

La création de la BNP Paribas est passée par plusieurs étapes qui sont les suivantes :

1966 : Création de la BNP par la fusion de la BNCI et du CNEP est la plus grande opération de restructuration bancaire en France depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale.

1982 : Nationalisation de la BNP et de la compagnie financière de Paris et des Pays-Bas à l'occasion de la nationalisation de l'ensemble des banques françaises. Le «big-bang» financier, la déréglementation du secteur bancaire et la désintermédiation du crédit modifient tout au long des années 1980 le métier de la banque et ses conditions d'activité, en France et dans le mode.

1987 : Privatisation de la compagnie financière de Paribas avec 3,8 millions d'actionnaires individuels, la compagnie financière de Paribas est alors la société comptant le plus d'actionnaires au monde. La compagnie financière de Paribas est actionnaire à 48% de la compagnie bancaire.

1993 : privatisation de la BNP : BNP privatisée, prend un nouveau départ. Les années 1990 sont marquées par un changement du niveau de la rentabilité de la banque, qui dégage le retour sur fonds propres le plus élevé des grands établissements français en 1998. Cette période est marquée par le lancement de nouveaux produits et services bancaires, le développement des activités sur les marchés financiers, l'expansion en France et au niveau international et la préparation de l'avènement de l'euro.

1998 : Création de Paribas le 12 mai ratifiée la fusion de la compagnie financière de Paribas, de la banque Paribas et de la compagnie bancaire.

1999 : Année historique pour le groupe à l'issue d'une double offre publique d'échange sans précédent et d'une bataille boursière de six mois, la BNP et Paribas réalisent un rapprochement d'égaux. Pour chacun des deux groupes, cet événement est le plus important depuis leur privatisation. Il permet la constitution d'un leader européen de l'industrie bancaire.

2000 : Création de BNP Paribas : la fusion de la BNP et de Paribas est réalisée le 23 mai 2000. Le nouveau groupe tire sa force des deux grandes lignées bancaires et financières. Il se fixe une double ambition : se développer au service de ses actionnaires, de ses clients et de ses salariés et construire la banque de demain en devenant un acteur de référence à l'échelle mondiale.

2006 : Acquisition de BNL en Italie BNP Paribas acquiert BNL, la 6ème banque italienne. Cette acquisition transforme BNP Paribas en lui donnant un deuxième marché domestique en Europe : en Italie comme en France, l'ensemble des métiers du Groupe peut s'appuyer sur un réseau bancaire national pour déployer ses activités.

2009 : Rapprochement avec le groupe Fortis BNP Paribas prend le contrôle de Fortis Banque et de BGL (Banque Générale du Luxembourg), pour créer un groupe européen leader dans la banque de détail, avec quatre marchés domestiques.

2. Les différents pôles d'activités de la BNP Paribas

Le groupe est organisé en trois grands domaines d'activités complémentaires :

2.1 Banque de Détail (Retail Banking)

7150 agences dans 41 pays, 135 000 collaborateurs, soit 71% des effectifs du groupe, 22 millions de clients particuliers, professionnels et entrepreneurs, 216 000 entreprises et institutions, ainsi que plus de 12 millions de clients actifs chez Personal Finance : en 2012, plus de la moitié des revenus de BNP Paribas ont été réalisés dans les activités Retail Banking.

Les activités de banque de détail de BNP Paribas regroupent l'ensemble Domestic Markets, l'ensemble International Retail Banking (IRB) et l'entité Personal Finance (PF).

2.2 Banque de Financement et D'investissement (Corporate and Investment Banking)

BNP Paribas Corporate and Investment Banking (CIB) compte un peu plus de 19 000 personnes, déployées dans près de 45 pays. BNP Paribas CIB opère dans les métiers de «corporate banking» ainsi que dans le conseil et les métiers de marchés de capitaux. En 2012, BNP Paribas CIB a apporté une contribution au groupe BNP Paribas de 25% du produit net bancaire et de 29% du résultat net avant impôt.

Les 15 000 clients de BNP Paribas CIB, composés d'entreprises, d'institutions financières, et de fonds d'investissement, sont au cœur de la stratégie et du modèle économique de BNP Paribas CIB. Les équipes ont pour principale objectif de développer et maintenir des relations à long terme avec leurs clients, de les accompagner dans leur stratégie de développement ou d'investissement et de répondre avec des solutions globales à leurs besoins de financement, de conseil financier et de gestion de leurs risques.

2.3 Gestion des actifs et services (Asset Management and Services)

Regroupant les activités de BNP Paribas liées à la collecte, la gestion, la valorisation, la protection et l'administration de l'épargne et du patrimoine des clients, Investment Solutions propose, à travers le monde, une large gamme de produits et services à forte valeur ajoutée répondant à l'ensemble des besoins des investisseurs particuliers, entreprises et institutionnels.

Investment Solutions regroupe cinq métiers aux expertises complémentaires :

- L'assurance – BNP Paribas Cardif (7 540 collaborateurs, 38 pays, 170 milliards d'euros sous gestion) ;
- Le métier titre – BNP Paribas Securities Services (7 830 collaborateurs, 32 pays, 1 010 milliards d'euros d'actif en conservation) ;
- La banque privée – BNP Paribas Wealth Management (6 070 collaborateurs, 28 pays, 265 milliards d'euros d'actif sous gestion) ;
- La gestion d'actifs – BNP Paribas InvestmentPartners (3 340 collaborateurs, 28 pays, 265 milliards d'euros d'actif sous gestion) ;
- Les services immobiliers – BNP Paribas Real Estate (3 120 collaborateurs, 36 pays, 13 milliards d'euros d'actif sous gestion) ;

Au total Investment Solutions est présent dans 70 pays et emploie environ 25 650 collaborateurs.

3. Les valeurs du groupe

Pour être « la banque d'un monde qui change » BNP Paribas a choisi des valeurs fortes comme socle culturel du groupe qui sont :

Réactivité

- Etre rapide dans l'évaluation des situations et des évolutions comme dans l'identification des opportunités et des risques ;

- Etre efficace dans la prise de décision et dans l'action.

Créativité

- Promouvoir les initiatives et les idées nouvelles ;
- Distinguer leurs auteurs pour leur créativité.

Engagement

- S'impliquer au service des clients et de la réussite collective ;
- Etre exemplaire dans ses comportements

Ambition

- Développer le gout du challenge et du leadership ;
- Avoir la volonté de gagner en équipe une compétition dont l'arbitre est le client.

Sous-section 2 : présentation du groupe Bnp Paribas

BNP Paribas El Djazair est une filiale à 100% de BNP Paribas. Elle a vu le jour en 2002, dotée d'un capital de 2,5 milliards de DZA. Sa vocation est d'être une banque universelle qui offre des services de qualité supérieure à l'ensemble de ses clientèles. La banque est devenue en moins de 4 ans une des toutes premières banques privées sur le territoire algérien. Fort de ces succès, BNP Paribas El Djazair a développé un réseau de 71 agences qui couvre l'ensemble du pays avec une implantation dans 19 wilayas.

BNP Paribas El Djazaïr développe une offre de proximité et s'applique à offrir des services de qualité supérieure à l'ensemble de sa clientèle : Particuliers, Professionnels et Entreprises. Elle se donne ainsi les moyens de conforter son rôle de banque de référence, fiable, innovante et attentive à ses clients.

1. Filiale de BNP Paribas El Djazaïr¹

BNP Paribas offre une large gamme de services et produits bancaires, allant de la tenue de comptes courants aux montages les plus complexes pour le financement des entreprises ou la gestion de patrimoine.

1.1 Cardif El Djazaïr

Cardif El Djazaïr est une société de droit algérien présente en Algérie depuis 2006. Elle a pour objectif de promouvoir l'activité liée à l'assurance et la prévoyance.

En partenariat avec Cardif, BNP Paribas El Djazaïr a lancé en 2009, en exclusivité, la toute première formule d'assurances prévoyances disponible sur le marché de la Bancassurance en Algérie.

¹ <http://bnpparibas.dz/fr/pid5997/les-filiales-bnp-paribas-djazair.html>

1.2 Cetelem Algérie

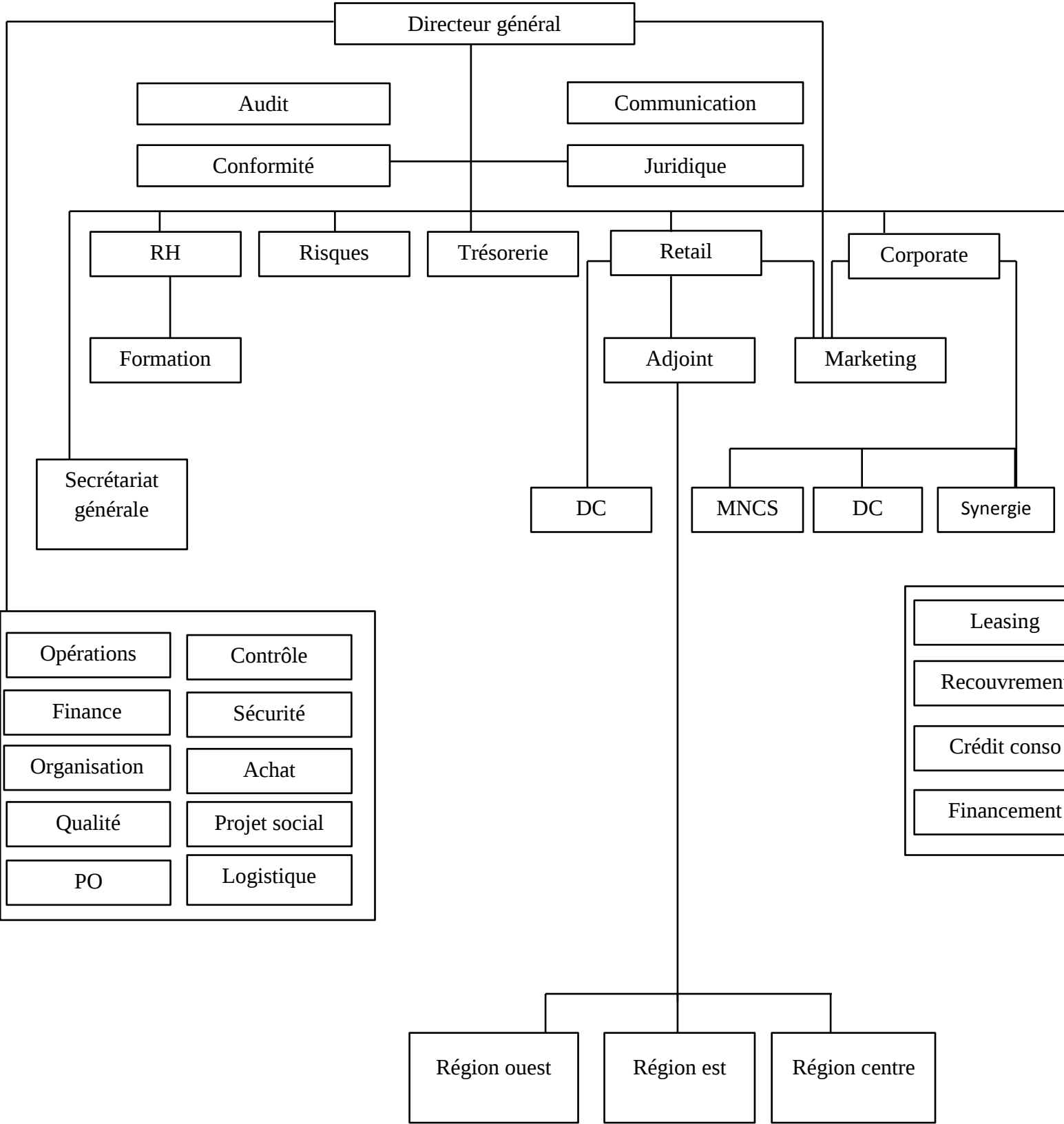
Cetelem Algérie a commencé son activité de crédits aux Particuliers en février 2006. Il propose, sur un marché très demandeur, des solutions multiples de financement, directement sur le lieu de vente.

Son activité a connu un réel ralentissement avec la mise en suspend de tous les crédits à la consommation, dont le crédit automobile.

2. Principales missions de BNP Paribas El Djazaïr

- Développer une politique de marque et organiser la convergence des signes émis par l'entreprise.
- Garantir l'image institutionnelle de grand groupe bancaire mondial de BNP Paribas, valoriser sa marque et contribuer au succès commercial de l'entreprise.
- Développer une image de performance, d'attention au client et de responsabilité, fondée à la fois sur le discours et les actes de l'entreprise.
- Contribuer à la maîtrise du risque de réputation du groupe BNP Paribas notamment dans les périodes de crise ou de mutation rapide de son environnement.
- Contribuer au développement d'un sentiment d'appartenance au groupe chez les collaborateurs et à leur adhésion à ses valeurs.
- Piloter la démarche qualité et le programme Esprit d'Innovation dans le groupe.

Figure n°09 : Organigramme de la BNP Paribas EL DJAZAIR

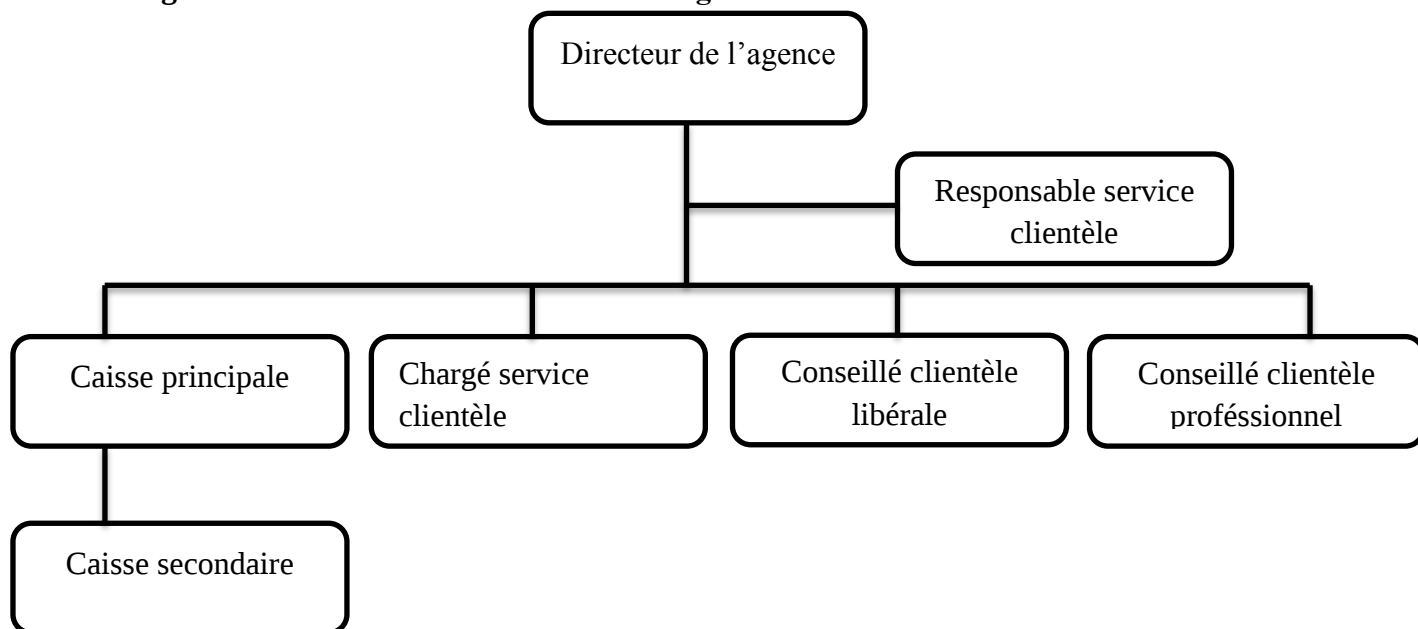


Source : document interne de l'agence

Sous-section 03 présentation de l'organisme d'accueil agence Bnp Paribas agence - Skikda-

1. Structure de l'organisme d'accueil

Figure n°10 : schéma de la structure d'organisme d'accueil



Source : document interne de l'agence

2. Segmentation de la clientèle

Les clients de la banque sont segmentés, cette segmentation consiste à distinguer :

I) Les particuliers : ce sont les personnes non commerçantes ; on peut citer les salariés comme personnes physiques et les associations comme personnes morales.

II) Les entreprises : ce sont les personnes commerçantes qu'elles soient physiques, sociétés individuelles (SNC, SARL), ou sociétés de personnes (SPA).

Cette segmentation permet de constituer des groupes homogènes de clients, afin de développer une approche commerciale différenciée et plus dynamique dans une perspective d'amélioration de l'efficacité commerciale et de la rentabilité de la banque.

Section 02 : la démarche méthodologique de l'enquête

Sous-section : la méthodologie de l'enquête

1. Présentation de l'enquête

Afin d'atteindre notre objectif de recherche et répondre à notre question centrale à savoir

« **Quel est le rôle des banques dans les opérations d'exportation ?** », nous avons jugé utile de mener une étude qualitative sur le terrain.

Pour mener à bien cette étude, nous avons opté pour une démarche méthodologique, qui s'adapte avec la nature de notre recherche.

Cette étude se base sur un ensemble d'entretiens individuels auprès des responsables de l'agence Bnp Paribas El djazair –Skikda-.

La présente section sera d'une part objet de la présentation et de la conception de l'enquête, d'autre part nous allons entamer l'analyse et l'interprétation des réponses.

2. L'objectif de l'enquête

L'objectif de notre enquête est de comprendre le rôle de la banque dans les opérations d'exportations et les facilitations accordées par la banque aux exportateurs.

3. L'outil de collecte d'informations

Pour répondre à notre problématique, nous avons opté de suivre une méthode qualitative (entretien) qui se définit comme suit « *nous définissons l'entretien de recherche comme un entretien entre deux personnes, un interviewer et un interviewé, conduit par l'interviewer, ce dernier ayant pour objectif de favoriser la production d'un discours linéaire de l'interviewé sur un thème défini dans le cadre d'une recherche* »¹.

L'entretien donc est une situation de communication orale pour recueillir des données afin de les analyser, qui sont essentiellement des opinions et des faits concrets.

4. Les différents types d'entretien²

Il existe 3 types d'entretiens :

-l'entretien non directif : il repose sur une expression libre de l'enquêté à partir d'un thème proposé par l'enquêteur. Ce dernier se contente alors de suivre et de noter la pensée, le discours de l'enquêté sans poser de questions.

-l'entretien directif : ce type d'entretien s'apparente sensiblement au questionnaire, à la différence que la transmission se fait verbalement plutôt que par écrit. Dans le cadre de cet

¹ <http://w3.gril.univ-tlse2.fr/francopho/lecons/entretien.html> (le 09 -05-2017 à 23h 00)

² <http://www.ac-strasbourg.fr> (le 10-05-2017 à 00h15)

entretien, l'enquêteur pose des questions selon un protocole strict, fixé à l'avance (il s'agit d'éviter que l'interviewé ne sorte des questions et du cadre préparé).

-l'entretien semi-directif : il porte sur un certain nombre de thèmes qui sont identifiés dans un guide d'entretien préparé par l'enquêteur. L'interviewer, s'il pose des questions selon un protocole prévu à l'avance parce qu'il cherche des informations précises, s'efforce de faciliter l'expression propre de l'individu, et cherche à éviter que l'interviewé ne se sente enfermé dans des questions.

Pour la collecte de données dans ce travail de recherche, nous aurons recours à des entretiens semi-directifs.

5. Le profil des interviewés

L'entretien s'est déroulée avec deux responsables de l'agence Bnp Paribas Eldjazair agence – Skikda- pour collecter des informations concrètes et pertinentes servant comme réponses crédibles à notre objectif d'enquête.

Nos interrogations ont été destinées au :

- Le directeur de l'agence.
- Et le responsable service clientèles.

Les enquêtes ont été menées en face à face par voie d'interviews individuelles pendant une semaine pour une durée de 30 minutes pour chaque entretien à l'aide du guide d'entretien contenant des questions bien précises en relation avec le thème de notre étude.

6. La rédaction du guide de l'entretien¹

Notre guide d'entretien est structuré comme suit :

1. Texte de présentation de notre projet de recherche suivi d'une formule de politesse en assurant aux collaborateurs que l'ensemble des informations fournies lors de l'entretien seront quasiment utilisées pour des fins scientifiques.

2. Corps de l'entretien contenant des questionnements semi directifs.

Pour le directeur de l'agence, les questions s'est portées sur² :

- Ses prérogatives ;
- la situation des exportations en Algérie ;
- les entraves qui empêchent la banque à jouer son rôle efficacement.

Pour le responsable du service clientèles s'est portées sur :

- Ses prérogatives ;

¹ Voir l'annexe

² Entretien avec : Mr. BENDJAMAA (Issam), directeur de l'agence, BNP Paribas, agence –skikda-, 07-05-2017 à 09 :30 .

- les procédures bancaires à l'exportation ;
- le nombre d'opération du commerce extérieur réalisé par l'agence ;
- le financement des opérations d'exportation ;
- les services particuliers offerts par la banque aux exportateurs.

7. L'analyse des réponses des guides d'entretiens

Après avoir collecté les réponses, nous avons opté pour la démarche d'analyse suivante :

Réponses au guide d'entretien avec le directeur de l'agence :

➤ **Question 01 :** vous êtes directeur au sein de l'agence Bnp Paribas El djazair Skikda, Pouvez-vous nous en parler de vos prérogatives ?

✓ **Réponse 01 :** lorsque nous demandons les taches du directeur d'agence bancaire ; la réponse a été comme : « *manger l'équipe par l'élaboration des plannings et la répartition des tâches entre les personnel de l'agence, responsable du fonctionnement et des résultats de son agence. suivre au jour le jour la comptabilité interne, veiller à ce que les engagements financiers pris par les chargés de clientèle ne fassent pas courir trop de risques à la banque. Auditer son agence pour contrôler le respect de la réglementation bancaire en vigueur et en réfère à sa hiérarchie* ».

➤ **Question 02 :** comment analysez-vous la situation des exportations en Algérie ?

✓ **Réponse 02 :** « *l'exportation des hydrocarbures représentent la quasi-totalité des exportations algériennes. Beaucoup de progrès restent à accomplir en matière d'exportation hors hydrocarbures pour les développer et mettre à la disposition des exportateurs un ensemble d'instruments favorables afin d'exporter le produits algérien sur les marchés étrangers* ».

➤ **Question 03 :** la banque d'Algérie a introduit des mesures règlementaires et structurelles ont pour but de faciliter les opérations d'exportation HH citant notamment le prolongement des délais de rapatriement des devises. Selon vous, ces réformes ont-elles eu une influence sur le nombre d'opérations d'exportation réalisées par votre agence ?

✓ **Réponse 03 :** « *c'est vrai que ces mesures ont pour buts de renforcer et faciliter l'environnement économique, en lui apportant plus de souplesse. Mais malheureusement elles n'ont eu aucune influence sur le nombre des opérations d'exportations réalisées par l'agence.* »

➤ **Question 04 :** comment évaluez – vous ces mesures ?

✓ **Réponse 04 :** « Les mesures arrêtées sont considérées comme étant des indices pertinents d'une réelle volonté des pouvoirs publics d'agir de façon concrète pour augmenter le volume d'exportation HH. »

➤ **Question 05 :** on reproche à la banque le manque d'accompagnement aux entreprises qui souhaitent entamer une démarche d'export. Selon vous, quels sont les facteurs qui peuvent faire obstacles à la banque pour jouer son rôle efficacement ?

✓ **Réponse 05:** « la banque peut apporter un accompagnement en amont pour les producteurs dont les capacités et la volonté d'exportation sont avérées et un accompagnement en aval en assurant la fluidité des flux financiers dans les 2 sens pour ce genre d'opération. Donc il n'y a pas d'obstacles qui empêchent la banque de jouer son rôle efficacement sauf que nos exportations HH sont malheureusement très marginaux ».

Selon le directeur d'agence, les exportations des hydrocarbures représentent l'essentiel de nos exportations. Pour la promotion des exportations HH il faut mettre en place tous les mécanismes d'aide et les outils nécessaires pour le succès de nos entreprises à l'international.

Quant à la banque d'Algérie, elle a introduit de grandes réformes pour faire avancer le processus d'exportations, selon le directeur d'agence, ces mesures n'ont pas eu une influence sur le nombre des opérations d'exportation réalisées par son agence.

Ces mesures sont considérées comme étant des indices pertinents d'une réelle volonté des pouvoirs publics d'agir de façon concrète pour développer les exportations HH.

D'après lui, il n'y a d'obstacles qui empêchent la banque de jouer son rôle pour développer les exportations HH, bien au contraire, elle apporte un accompagnement en amont pour les producteurs qui affichent une volonté d'exporter et un accompagnement en aval en assurant la fluidité des flux dans les deux sens.

Guide d'entretien avec le responsable service clientèle :¹

➤ **Question 01 :** en tant que responsable services clientèle, comment se définissent vos tâches ?

✓ **Réponse 01:** « je me charge de contrôler, suivre et traiter la production administrative de l'agence afin de satisfaire tous nos clients ».

¹ Entretien avec : Mr. BELOUNIS (Bakir), responsable service clientèles, BNP Paribas, agence –skikda-, 07-05-2017 à 13h00.

➤ **Question 02 :** quelles sont les procédures administratives de la banque à l'exportation ?

✓ **Réponse 02 :** « on peut synthétiser les procédures administratives de la banque à l'exportation en : Procédures de la caisse, Procédures de portefeuille des opérations Dinars, Procédures du compartiment commerce international et la réglementation de change. »

➤ **Question 03 :** quel est le nombre d'opération d'exportation réalisé par votre agence par an ?

✓ **Réponse 03 :** « pour l'année 2016 l'agence a réalisée 25 opérations d'exportation pour le compte d'un seul client dont le produit est à la base d'hydrocarbure (spimat). »

➤ **Question 04 :** quel est le nombre d'opération d'importation réalisé par votre agence par an ?

✓ **Réponse 04 :** « les opérations d'importation sont beaucoup plus importantes par rapport aux opérations d'exportation pour l'année 2016, on atteint le chiffre de 200 opérations par an »

➤ **Question 05 :** comment justifiez-vous cet écart ?

✓ **Réponse 05 :** « Cet écart peut être justifié par le fait que le marché local n'est pas satisfait donc on importe ce qu'on a besoin et les produits algériens ne sont compétitifs sur les marchés extérieurs ».

➤ **Question 06 :** la banque limite-t-elle son financement d'opération d'exportation ?

✓ **Réponse 06:** « la banque ne limite pas son financement, elle met à la disposition des exportateurs toute une palette des produits financiers pour la réalisation de leurs transactions commerciales ».

➤ **Question 07 :** quel est le moyen de financement d'exportation le plus utilisé par vos clients ? et pourquoi ?

✓ **Réponse 07 :** « On a un seul client qui fait l'exportation des pastis « Spimat », ce client ne fait pas recours au crédit car ses biens sont couverts par ses recettes financières. Donc la banque intervient pour le paiement des opérations et le contrôle du change »

➤ **Question 08 :** quel est le moyen le plus adapté (rentable) pour vous en tant que partie intervenante ?

✓ **Réponse 08 :** « pour la banque il n'y a pas un moyen de financement plus rentable que l'autre vu que la loi algérienne a plafonné les commissions donc tous les moyens de financement ont pratiquement les mêmes commissions »

➤ **Question 09 :** quels sont les services particuliers offerts par les banques aux exportateurs ?

✓ **Réponse 09:** « La banque est un facilitateur qui aide à la concrétisation des projets d'exportation, elle fournit un conseil sur la couverture du risque liée à la transaction et le pays de l'importateur et un financement à l'exportateur, elle apportent aussi les outils nécessaires à la sécurisation de paiement des opérations. »

✓ **Question 10 :** peut-on affirmer que la banque Algérienne joue son rôle de conseil et d'accompagnement dans les opérations d'exportation efficacement ?

✓ **Réponse :** « le système bancaire algérien dans son ensemble a mis en place des moyens pour accompagner les exportateurs au cours des différentes phases de réalisation de l'exportation en mettant en place des crédits commerciaux adéquats à chacune de ces phases que ce soit de crédit de préfinancement pour la phase de production ou de crédit fournisseur et crédit acheteur pour la phase d'exécution ainsi que les mesures favorables à l'exportateur comme la rétrocession et le prolongement de délai de rapatriement des devises venant de l'étranger. Mais s'il n'y a pas de produits à exporter tous ce que je viens de dire n'est que de la théorie ».

Analyse

Le responsable du service clientèle qui se charge de la satisfaction des clients de l'agence bancaire en contrôlant, suivant et traitant la production administrative de l'agence.

Il dit que les procédures bancaires à l'exportation peuvent être synthétisées en procédure de caisse, procédures de portefeuille des opérations dinars, procédures du compartiment commerce international et la réglementation de change.

Selon ce dernier, l'agence a réalisée 25 opérations d'exportation pour le compte d'un seul client dont le produit est à la base d'hydrocarbures pour l'année 2016.

Quant aux opérations d'importation, elle a atteint le chiffre de 200 opérations pour la même période.

Le responsable croit que cet écart est dû à l'insatisfaction du marché local, donc la solution la plus simple et d'importer, aussi la non compétitivité des produits algériens sur les marchés étrangers.

Pour le financement bancaire des opérations d'exportation, le responsable déclare qu'il n'est pas limité par un seuil déterminé, et pour la banque il n'y a pas une technique de financement plus rentable que l'autre et cela s'explique par le fait que la loi Algérienne a plafonné les commissions.

Pour le cas de l'agence, elle ne finance aucune opération d'exportation pour la raison que son seul client exportateur ne fait pas recours aux crédits bancaire car ses biens sont couverts par ses recettes financières.

Pour ce dernier, la banque aide à la concrétisation des projets d'exportation, elle fournit un conseil sur la couverture du risque liée à la transaction et le pays de l'importateur, elle apporte aussi les outils nécessaires à la sécurisation de paiement des opérations.

Pour conclure, le responsable estime que pour les quelques produits que exporte l'Algérie, la banque joue son rôle de conseil et d'accompagnement dans les opérations d'exportation efficacement, elle met en place des crédits commerciaux adéquats à chacune des phases de réalisation de l'exportation et elle sécurise le coté administratif des opérations de paiement.

8. Synthèse

La banque intervient dans tout le processus de l'exportation par l'application de la réglementation en matière, les crédits à l'exportation et les mesures favorables à l'exportation. Malgré tous les efforts consentis par le secteur bancaire algérien en matière de rétrocession et rapatriement des devises provenant de l'étranger et la mise en place toute une palette des produits bancaire à la disposition des exportateurs pour encourager les exportations hors hydrocarbures, elles restent très marginales par rapport à l'importation.

Conclusion

Dans ce chapitre nous avons essayé d'étudier de près la contribution des banques algériennes dans les opérations d'exportation en choisissant l'agence BNP Paribas Eldjazair – Skikda-

L'enquête que nous avons faite par le biais d'un entretien de recherche auprès des responsables de l'organisme d'accueil nous a permis de cerner l'importance de la banque dans la chaine d'exportation et le manque des opérations d'exportation.

Conclusion générale

Ce mémoire de fin d'étude nous a permis à travers plusieurs documentations d'acquérir des connaissances précieuses sur le rôle des banques Algériennes dans les opérations d'exportation.

Les exportations permettent aux entreprises d'élargir leurs parts de marchés et aller au-delà des frontières. Ces dernières constituent un bon critère pour mesurer la situation de l'économie du pays.

Pour rapprocher autant que possible les partenaires de pays différents et faciliter leurs relations internationales, les banques algériennes jouent un rôle important en matière de commerce extérieur plus précisément les exportations pour ne pas dire essentiel.

Nul ne peut nier les efforts consentis par le législateur bancaire algérien afin de faire face aux grandes failles de l'exportation HH par l'instauration des mesures réglementaires et structurelles ainsi que la mise à la disposition des explorateurs algériens des solutions de financement d'exportation.

Malgré les efforts dégagés par le législateur bancaire algérien, les opérations d'exportation réalisées par les banques sont très marginales par rapport aux opérations d'importation, le cas de la BNP Paribas El djazair agence –Skikda- (25 opérations d'exportation contre 200 opérations d'importation par an).

A travers notre enquête nous avons pu constater qu'il y a un décalage entre la volonté de législateur bancaire de faire avancer le processus d'exportation et la réalité sur le terrain.

Nous pouvons avancer que la première hypothèse à savoir La banque accompagne l'exportateur algérien au cours de la réalisation des transactions du commerce extérieur est confirmée car la banque intervient dans tout le processus d'exportation en apportant un accompagnement en amont pour les producteurs et un accompagnement en aval par la refonte des règlements qui assurent la fluidité des flux financiers dans les deux sens pour ce genre d'opération.

La deuxième hypothèse à savoir Le rôle de la banque se limite au financement des opérations d'exportation est bel et bien infirmée.

La troisième hypothèse à savoir Le législateur bancaire crée un climat favorable à l'exportation est confirmée, les délais de rapatriement de devises passent de 180 jours à 360

jours, à la satisfaction des exportateurs, qui souffraient d'une pression énorme lors de ces opérations, du fait qu'ils étaient exposés au risque de voir leurs dossiers faire l'objet de contentieux, voire de poursuites judiciaires, en cas de retards de paiement. Chose courante dans ce domaine, de voir les fournisseurs ou les clients contraints de dépasser les délais fixés par les documents.

En définitive, à l'issue de notre travail de recherche, nous avons pu répondre à notre problématique à savoir quel est le rôle des banques algériennes dans les opérations d'exportation ? Qui joue à la fois un rôle régulateur de ces opérations et un rôle dans leurs financements.

L'obtention des résultats n'a pas été facile, car nous avons rencontré quelque contraintes comme le manque en source d'information et en bibliographies sur le sujet, aussi l'inexistence d'étude directement corrélé avec le sujet choisi.

Il convient de dire que ce modeste travail de recherche représente ma première expérience qui m'a permis non seulement d'approfondir et d'enrichir mes connaissances théoriques acquises durant mon cursus de master au sein de l'HEC mais aussi de confronter une réalité pratique et concrète qui m'a initié au milieu professionnel ainsi que connaître la difficulté de la recherche scientifiques.

On espère que ce travail servira de référence pour de futures recherches sur le rôle des banques algériennes dans les opérations d'exportation et on souhaite que les limites de travail soient comblées et améliorer à travers des travaux de recherches susceptible de l'enrichir.

Ouvrages

AFFAKI. (G), ROUR. (J-S), CATTANI.(C), BOURQUE.(J-F), "Financements et garanties dans le commerce international". Centre du commerce international, Genève, 2002,

BENBITOUR, (A), « L'Algérie au troisième millénaire, défis et potentialité », édition MARINOOR, 1998.

BENHALIMA, (A), « le système bancaire Algérien, réalité, et gestion », édition DHLEB 2001,

BERNIS, (GD), « L'industrialisation en Algérie », Edition PUF, 1963,

BUIGUES, (P) et LACOSTE, (D) :« stratégies d'internationalisation des entreprises », Editions De Boeck, Paris, 2011.

GARSUAULT, (P), PRIAMI, (S) : « opérations bancaires à l'internationales » , édition RB édition 2015

LEGRAND (G), MARTINI(H) : « gestion des opérations import-export », Dunod, Paris, 2008,

MERCIER-SUISSA, (C), BOUVERET-RIVAT, (C) « l'essentiel des stratégies d'internationalisation de l'entreprise », Edition Gualino, 2007

MERCIER-SUISSA, (C), BOUVERT-RIVAT, (C) « PME : conquérir des parts de marché à l'international »éditions donud, paris, 2010,

NAAS, (A), « système bancaire Algérien de la décolonisation a l'économie de marché », 2003,

Pasco, Corinne : « marketing international », Edition, Dunod, 2008,

RICHARD LANNEYRIE, (S), DEVESA, (B) « les clés du marketing international », Edition, Le Génie des Glaciers Editeur, 2013,

SOHIER, (Joel) et SOHIER, (Devan) : logistique, Vuibert Edition, 7eme édition, Paris, 2013,

Revus et périodiques

Mékidèche M., « Exportations hors hydrocarbures et restructurations industrielles en Algérie : enjeux et stratégies », *Revue d'Economie* N° 14 Mai 1994

Travaux universitaire

ZOURDANI, (Safia) : le financement des opérations du commerce extérieur en Algérie , mémoire de magister en sciences économiques, université de Mouloud Mammeri, Tizi Ouzou, 2012,

AISSANI, (Mohamed Ramzi) et KHOUKHI (Mounir) : La promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie, mémoire de master en affaires internationales, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2014,

SEKKAL, (Samir) : La promotion des exportations hors hydrocarbures, mémoire de magister en Sciences Commerciales, Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Alger, 2010- 2011,

Textes règlementaires

Loi de finance pour 1986

Cf. Règlement n°16-04 du 17.11.2016 modifiant et complétant le règlement n°07-01 du 03.02.2007 relatif aux règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises.

Le règlement n°07/01 du 03/02/2007 relatif aux règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises

Rapport et documents administratives

Rapport annuel banque d'Algérie 2014

Guide investir en Algérie, KPMG, 2015

Sites web

<https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1248>
<http://www.cegos.fr/formation-assistante-service-export/p-20150844-2015.htm>
<https://www.cegos.fr/formation-import-export/p-20170844-2017.htm>
www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf/Sequence_6.pdf
<http://docplayer.fr/6232693-Introduction-i-les-modes-de-financement-des-exportations.html>
http://www.bank-of-algeria.dz/html/instructions_et_notes_aux_banque.htm
<http://www.douane.gov.dz>
http://www.bank-of-algeria.dz/html/instructions_et_notes_aux_banque.htm
<http://www.igf.finances.gouv.fr/>
<http://www.cnepbanque.dz/>
<https://banque.ooreka.fr/comprendre/banque-definition>
<http://www.zebank.fr/banques/les-differents-types-de-banques/>
<http://www.exportateur-algerie.org/>
www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/054000069.pdf
http://www.eldjazaircom.dz/index.php?id_rubrique=276&id_article=2928
<http://www.eldjazairidjar.dz/actionnaire/cr%C3%A9dit-populaire-dalg%C3%A9rie.html>
<http://www.bea.dz/index.php>
<http://marketing.thus.ch/>
<https://www.cgem.ma/upload/803947332.pdf>
<http://www.douane.gov.dz/>
<https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/538582841eea3.pdf>
[Http://www.petite-entreprise.net/p-3050-136-G1-queles-sont-les-differents-types-d-exportation.htm](http://www.petite-entreprise.net/p-3050-136-G1-queles-sont-les-differents-types-d-exportation.htm)
<https://www.cgem.ma/upload/803947332.pdf>
<http://www.cegos.fr/formation-assistante-service-export/p-20150844-2015.htm>
<https://www.cegos.fr/formation-import-export/p-20170844-2017.htm>
www.foad-mooc.auf.org/IMG/pdf/Sequence_6.pdf
<http://bnpparibas.dz/fr/pid5997/les-filiales-bnp-paribas-djazair.html>
<http://w3.gril.univ-tlse2.fr/francopho/lecons/entretien.html>
<http://www.ac-strasbourg.fr>

Journaux

LIBERTE Algérie, N° 7144, 01/02/2016.

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme master 2 en sciences commerciales au sein de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales« EHEC » ; option : Affaires Internationales dont le thème porte sur «**le rôle des banques dans les opérations d'exportation.**», nous sollicitons votre collaboration en vous priant de bien vouloir répondre à nos questionnements. Nous vous assurons que les informations que vous allez nous fournir seront utilisées à des fins purement scientifique et nous vous remercions de nous consacrer une partie de votre précieux temps.

Directeur de l'agence :

Question 01 : vous êtes chargée directeur au sein de l'agence Bnp Paribas El djazair Skikda, Pouvez-vous nous en parler sur vos prérogatives ?

Question 02 : comment vous analyser la situation des exportations en algérie ?

Question 03 : la banque d'Algérie a introduit des mesures règlementaires et structurelles dans le but de faciliter les opérations d'exportation HH citant notamment le prolongement des délais de rapatriement des devises les mesures règlementaires et légales prise par la banque d'Algérie Selon vous, ces réformes ont-elles eu une influence sur le nombre d'opérations d'exportation réalisées par votre agence ?

Question 04 : comment évaluer – vous ces mesures ?

Question 05 : on reproche à la banque le manque d'accompagnement aux entreprises qui souhaitent entamer une démarche d'export. Selon vous, quels sont les facteurs qui peuvent faire obstacles à la banque pour jouer son rôle efficacement ?

Dans le cadre de la préparation de notre mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme master 2 en sciences commerciales au sein de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales « EHEC » ; option : Affaires Internationales dont le thème porte sur « **le rôle des banques dans les opérations d'exportation.** », nous sollicitons votre collaboration en vous priant de bien vouloir répondre à nos questionnements. Nous vous assurons que les informations que vous allez nous fournir seront utilisées à des fins purement scientifique et nous vous remercions de nous consacrer une partie de votre précieux temps.

Responsable services clientèle

Question 01 : en tant que responsable services clientèle, comment se définissent vos tâches ?

Question 02 : quelles sont les procédures administratives de la banque à l'exportation ?

Question 03 : quel est le nombre d'opération d'exportation réalisée par votre agence par an ?

Question 04 : quel est le nombre d'opération d'importation réalisée par votre agence par an ?

Question 05 : comment vous justifier cet écart ?

Question 06 : la banque limite –t-elle son financement d'opération d'exportation ?

Question 07 : quel est le moyen de financement le plus utilisé par vos clients ? et pourquoi ?

Question 08 : quel est le moyen le plus adapté (rentable) pour vous en tant qu'une partie intervenante ?

Question 09 : quels sont les services particuliers offerts par les banques aux exportateurs ?

Question 10 : peut –on affirmer que la banque joue son rôle de conseil et d'accompagnement dans les opérations d'exportation ?

**RÈGLEMENT N°07-01 DU 03 FÉVRIER 2007, RELATIF AUX RÈGLES
APPLICABLES AUX TRANSACTIONS COURANTES AVEC L'ÉTRANGER
ET AUX COMPTES DEVISES**

Le Gouverneur de la Banque d'Algérie,

- Vu l'Ordonnance n° 03-11 du 27 Joumada Ethania 1424 correspondant au 26 août 2003 relative à la monnaie et au crédit, notamment son article 62, point m ;
- Vu l'Ordonnance n° 75-59 du 26 septembre 1975, portant code de commerce, modifiée et complétée ;
- Vu la Loi de finances pour 1985, en son article 156, modifiée ;
- Vu l'Ordonnance n° 96-09 du 19 chaâbane 1416 correspondant au 10 Janvier 1996 relative au crédit bail ;
- Vu l'Ordonnance n° 96-22 du 23 Safar 1417 correspondant au 9 juillet 1996 relative à la répression de l'infraction à la législation et à la réglementation des changes et des mouvements de capitaux de et vers l'étranger, modifiée et complétée ;
- Vu la Loi n° 98-10 du 29 Rabie Ethani 1419 correspondant au 22 août 1998 modifiant et complétant la Loi n° 79-07 du 21 juillet 1979 portant code des douanes, modifiée et complétée ;
- Vu l' Ordonnance n° 01-03 du Aouel Joumada Ethania 1422 correspondant au 20 août 2001 relative au développement des investissements ;
- Vu l'Ordonnance n° 03-04 du 19 Joumada El Oula 1424 correspondant au 19 juillet 2003 relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation et d'exportation de marchandises ;
- Vu la Loi n° 05-01 du 27 Dhou El Hidja 1425 correspondant au 6 février 2005 relative à la prévention et à la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme ;
- Vu l' Ordonnance n° 05-05 du 18 Joumada Ethania 1426 correspondant au 25 juillet 2005 portant Loi de finances complémentaire pour 2005 ;
- Vu la Loi n°05-07 du 19 Rabie El Aouel 1426 correspondant au 28 Avril 2005 relative aux hydrocarbures, modifiée et complétée ;
- Vu le Décret Présidentiel du 10 Rabie El Aouel 1422 correspondant au 2 juin 2001 portant nomination du Gouverneur et Vice-Gouverneurs de la Banque d'Algérie ;
- Vu le Décret Présidentiel du 10 Rabie El Aouel 1422 correspondant au 2 juin 2001 portant nomination des membres du Conseil d'Administration de la Banque d'Algérie ;
- Vu le Décret Présidentiel du 26 Chaâbane 1423 correspondant au 02 novembre 2002 portant

nomination d'un membre du Conseil d'Administration de la Banque d'Algérie ;

- Vu le Décret Présidentiel du 24 Dhu Al Quida 1424 correspondant au 14 janvier 2004 portant nomination des membres du Conseil de la Monnaie et du Crédit de la Banque d'Algérie ;

- Vu le Décret Présidentiel du 05 Djoumada El Oula 1427 correspondant au 1er Juin 2006, portant nomination d'un Vice Gouverneur de la Banque d'Algérie ;

- Vu le Règlement n° 95-07 du 23 décembre 1995 modifiant et remplaçant le règlement n° 92-04 du 22 mars 1992 relatif au contrôle des changes ;

- Vu le Règlement n° 91-12 du 14 août 1991 relatif à la domiciliation des importations ;

- Vu le Règlement n° 91-13 du 14 août 1991 relatif à la domiciliation et au règlement financier des exportations hors hydrocarbures ;

- Vu les délibérations du Conseil de la Monnaie et du Crédit en date du 09 Janvier 2007 et 03 Février 2007 ;

Promulgue le règlement dont la teneur suit :

Article 1er : Le présent règlement a pour objet de définir le principe de la convertibilité de la monnaie nationale pour les transactions internationales courantes et les règles applicables en matière de transfert de et vers l'étranger liées à ces transactions ainsi que les droits et obligations des opérateurs du commerce extérieur et des intermédiaires agréés en la matière.

TITRES V - DES RÈGLES APPLICABLES AUX OPÉRATIONS DE COMMERCE EXTÉRIEUR SUR BIENS ET SERVICES

3 - Règles relatives aux exportations de biens et de services.

Article 56 : Les exportations de biens en vente ferme ou en consignation ainsi que les exportations de services, à l'exception de celles prévues dans l'article 58 ci-dessous, sont soumises à l'obligation de domiciliation.

Article 57 : Les règles de domiciliation des contrats d'exportations de service, l'encaissement et le rapatriement de leur produit sont les mêmes que celles applicables aux exportation de biens.

Article 58 : Outre les exemptions prévues à l'article 33 ci-dessus, la domiciliation des contrats

d'exportation n'est pas requise pour :

- les exportations temporaires, sauf si elles donnent lieu à paiement de prestations par rapatriement de devises ;
- les exportations contre remboursement d'une valeur inférieure ou égale à la contre valeur de 100 000 DA, faites par l'entremise d'Algérie Poste.

Article 59 : La domiciliation ainsi que le rapatriement du produit des exportations d'hydrocarbures et produits miniers sont soumis à une réglementation spécifique.

Article 60 : La domiciliation des exportations de produits frais, périssables et/ou dangereux peut avoir lieu durant les cinq (5) jours ouvrés qui suivent la date d'expédition et de déclaration en douanes.

Article 61 : Le contrat d'exportation peut être établi au comptant ou à crédit.

Lorsque l'exportation a lieu au comptant, l'exportateur doit rapatrier la recette provenant de l'exportation dans un délai n'excédant pas cent vingt (120) jours, à compter de la date d'expédition pour les biens ou de la date de réalisation pour les services.

Lorsque le paiement de l'exportation est exigible dans un délai excédant cent vingt (120) jours, l'exportation ne peut avoir lieu qu'après autorisation des services compétents de la Banque d'Algérie.

Article 62 : L'exportateur demande l'ouverture d'un dossier de domiciliation en présentant à l'intermédiaire agréé l'original et deux copies du contrat commercial ou de tout autre document y tenant lieu, et tout autre document éventuellement exigé.

Après vérification de la concordance entre l'original et les copies, une de ces dernières, revêtue du numéro du dossier de domiciliation et du cachet de l'intermédiaire agréé, est restituée à l'exportateur.

Article 63 : L'exportateur est tenu d'indiquer, sur la déclaration douanière, les références de la domiciliation bancaire du contrat d'exportation, exception faite des exportations visées à

l'article 58 ci-dessus. Cette indication intervient au plus tard dans les cinq (5) jours ouvrés qui suivent l'expédition.

Article 64 : L'exemplaire " banque " de la déclaration en douanes est adressé par les services des douanes à l'intermédiaire agréé domiciliataire de l'exportation.

Article 65 : Les recettes provenant des exportations hors hydrocarbures et hors produits miniers ne peuvent être encaissées qu'auprès de l'intermédiaire agréé domiciliataire du contrat.

L'exportateur est tenu de rapatrier le produit de l'exportation dans les délais fixés par la réglementation en vigueur. Tout retard de paiement et de rapatriement doit être justifié.

Le respect de l'obligation de rapatriement des recettes provenant des exportations incombe à l'exportateur. Tout retard de paiement et de rapatriement doit être déclaré par l'intermédiaire agréé à la Banque d'Algérie.

Article 66 : L'obligation de rapatriement porte sur le montant facturé ainsi que sur le montant des frais accessoires contractuels lorsque ces derniers ne sont pas incorporés dans le prix de vente. Le montant, objet de l'obligation de rapatriement, inclut toute indemnité ou pénalité contractuelle éventuelle.

Article 67 : Dès le rapatriement des recettes d'exportation, hors hydrocarbures et produits miniers, de biens et de services, l'intermédiaire agréé met à la disposition de l'exportateur :

- la partie en devises qui lui revient, conformément à la réglementation en vigueur, et qui est logée dans son compte devises ;
- la contre-valeur en dinars du solde des recettes provenant de l'exportation soumise à l'obligation de cession.

Les recettes des exportations non domiciliées et celles rapatriées hors délais n'ouvrent pas droit au bénéfice de la rétrocession en devises.

Article 68 : Le paiement des exportations en consignation est exigible au fur et à mesure des

ventes réalisées par le dépositaire ou le commissionnaire.

L'exportateur est tenu de fournir à l'intermédiaire agréé domiciliataire de l'opération un relevé mensuel des comptes des ventes accompagné des duplicatas des factures tirées sur les acheteurs étrangers.

Les rapatriements doivent intervenir dans les délais réglementaires décomptés à partir de la date de vente.

Article 69 : Le contrôle du rapatriement des exportations s'effectue par l'intermédiaire agréé domiciliataire sur la base des documents transmis par l'exportateur et les services des douanes.

Article 70 : Les services des douanes transmettent au guichet de l'intermédiaire agréé domiciliataire du dossier d'exportation, tout document utile au contrôle de l'opération d'exportation, notamment :

- la déclaration en douanes "exemplaire banque " ou le document admis comme équivalent ;
- les documents rectificatifs attestant de toute modification dans le dossier d'exportation ;
- les documents se rapportant à la réimportation des marchandises, s'il y a lieu.

Article 71 : L'apurement du dossier d'exportation est effectué par l'intermédiaire agréé domiciliataire sur la base :

- de l'exemplaire banque de la déclaration en douanes, pour les biens transmis par les services des douanes ;
- des justificatifs de rapatriements reçus ;
- de la formule statistique transmise à la Banque d'Algérie.

Article 72 : L'intermédiaire agréé est tenu d'apurer les dossiers d'exportation domiciliés durant le trimestre suivant le délai réglementaire de rapatriement. A cet effet, il doit veiller au respect des échéances de paiement et de rapatriement des opérations prévues au contrat commercial.

Article 73 : Au terme de la période prévue à l'article 72 ci-dessus, l'intermédiaire agréé domiciliataire :

- a) apure le dossier s'il est régulier et conforme aux dispositions réglementaires ;
- b) adresse les observations nécessaires à l'exportateur pour l'amener à compléter le dossier ou à le régulariser s'il présente des insuffisances de rapatriement ;
- c) transmet aux services compétents de la Banque d'Algérie une copie du dossier, après un délai supplémentaire de 30 jours, en cas de non régularisation.

Article 74 : Les intermédiaires agréés sont tenus d'adresser à la Banque d'Algérie, un compte rendu des résultats d'apurement des dossiers d'exportation dans le mois qui suit le trimestre considéré.

Le Gouverneur

Mohammed LAKSACI

Table des matières

Remerciement

Dédicace

Résumé

Liste des tableaux

Liste des figures

Liste des schémas

Liste des abréviations

Introduction générale.....	1
Chapitre 01 : cadre global d'analyse des exportations.....	5
Introduction.....	5
Section 01 : définition et déroulement d'une opération d'exportation.....	5
Sous-section 01 : définitions et typologies des entreprises exportatrices	5
1. Définition.....	5
Définition 01.....	5
1.2 Définition 02.....	5
2. les raisons pour lesquelles on exporte.....	6
3. typologie des entreprises exportatrices	6
4. Le rôle de la structure export	7
5. Les différents modes d'approche des marchés étrangers.....	7
5.1 L'exportation indirecte.....	7
5.1.1 Les sociétés du commerce international.....	8
5.1.2 La vente aux bureaux d'achat et centrales d'achat.....	8
5.1.3 Commissionnaires d'exportation.....	8
5.1.4 Le courtier	8
5.2 L'exportation directe.....	8
5.2.1 Le représentant à l'étranger.....	9
5.2.2 Bureau de représentation.....	9
5.2.3 La succursale.....	9
5.2.4 La filiale commerciale.....	9
5.2.5 Le consignataire.....	10
5.3 Exportation concertée	10
5.3.1 Le groupement d'exportateur.....	10
5.3.2 Piggy Back.....	11
5.3.3 L'accord de franchise.....	11
5.3.4 Joint-Venture	11
5.3.5 L'accord de licence	11
5.3.6 La Sous-traitance.....	12
6. Le déroulement d'une opération d'exportation.....	12
6.1 Le diagnostic export.....	12
6.1.1 L'analyse fonctionnelle.....	12
6.1.2 L'analyse de la compétitivité sur les marchés extérieurs	14

6.2 La sélection des marchés étrangers.....	14
6.2.1 Les matrices de sélection.....	15
6.3 Développement de la stratégie marketing.....	15
6.3.1 Politique produit.....	15
6.3.2 La politique prix.....	16
6.3.3 La politique de communication.....	17
6.3.4 La politique de présence à l'étranger.....	17
6.4 Choix du mode de distribution.....	18
6.4.1 Les facteurs liés à l'entreprise.....	18
6.4.2 Les facteurs liés au produit.....	18
6.4.3 Les facteurs liés au marché.....	18
6.5 Choix des moyens de financement.....	19
Section 02 : l'exportation en Algérie	19
Sous-section 01 : Le développement des exportations en Algérie.....	19
1. Les exportations Algériennes	19
2. Les principaux clients de l'Algérie à l'exportation	21
Sous-section 02 : Les contraintes liées à l'exportation des produits algériens hors hydrocarbures.....	24
1. La mauvaise gestion du processus export.....	24
2. La mauvaise gestion des ressources humaines.....	24
3. Contraintes liés à la logistique.....	25
4. Le manque de circulation de l'information.....	25
5. Contraintes juridiques.....	26
6. Contraintes liées aux normes internationales	26
7. L'offre des produits algériens exportables est faible	27
Conclusion	27
Chapitre 02 : le système bancaire algérien	29
Introduction.....	29
Section 01 : L'historique et structure du système bancaire algérien	29
Sous-section 01 : L'historique du système bancaire Algérien depuis l'indépendance.....	29
1. de l'indépendance à 1966.....	29
2. la période de 1966 à 1970.....	30
3. la période de 1970 à 1978.....	30
4. la période de 1978 à 1982	31
5. la période de 1982 à 1986.....	31
6. la période de 1986 à 1990.....	31
7. la période de 1990 à 2003.....	32
8. La loi sur la monnaie et le crédit.....	32
Sous-section n 02 : L'entreprise bancaire et ses différentes catégories	34
1. Définition d'une banque	34
2. Les différentes catégories de banques.....	34
2.1 En fonction de leurs types d'activités.....	34
2.1.1 les banques centrales.....	34
2.1.2 les banques de dépôts.....	34
2.1.3 les banques d'investissement.....	34
les banques d'affaires.....	35
2.2 En fonction de leurs statuts juridiques.....	35
2.2.1 La banque coopérative.....	35

2.2.2 La banque commerciale	35
2.2.3 La banque publique.....	35
3. Les principales fonctions assumées par les banques	35
3.1 La gestion du système de paiement.....	35
3.2 La mission d'intermédiation.....	36
3.3 La mission d'assurance.....	36
3.4 Une mission de conseil.....	36
4. Les produits et services bancaires.....	36
4.1 L'entrée en relations.....	36
4.2 Les Placements.....	37
4.3 Les crédits bancaires.....	37
4.4 Les Opérations de Commerce Extérieur.....	37
4.5 Autres Services.....	38
4.5.1 Les services de Base.....	38
4.5.2 Services de Cash Management.....	38
4.5.3 La carte de paiement.....	38
4.5.4 Les sommes à disposition.....	38
4.6 Financements Spécialisés.....	39
Sous-section 03: La structure actuelle du système bancaire Algérien.....	39
1. Les banques publiques	39
2. les banques privées	39

Section 02 : les mesures prises par le secteur bancaire Algérien en faveur des exportateurs	40
Sous-section 01 : Cadre réglementaire des exportations en Algérie.....	40
1. Obligation de domiciliation.....	40
1.1 la domiciliation bancaire.....	40
1.2 Les intermédiaires agréés.....	41
1.3 Les conditions d'exigibilité du paiement.....	41
1.4 Procédure.....	42
1.5 Numéro de domiciliation.....	42
1.6 Obtention.....	43
1.7 Conditions.....	43
1.8 Durée de validité.....	43
1.9 Coûts.....	43
2. Produits exportables.....	43
3. le paiement.....	44
4. La monnaie de facturation.....	44
5. Rapatriement et rétrocession du produit de la vente à l'exportation.....	44
5.1 Délai de rapatriement.....	45
5.2 Rétrocession des recettes d'exportation	45
Sous-section 2 Dispositions financières concernant le commerce extérieur.....	45
1. Les exportations en consignation.....	46
Sous-section 3 les mesures incitatives.....	47
1. Allocation en devises additionnelles.....	47
2. Admission temporaire avec réexportation en l'état.....	47
3. Transfert de sommes destinées au retrait du cahier de charges d'offres internationales.....	47
Conclusion.....	47
Chapitre 03 : Le financement des exportations.....	48
Introduction.....	48

Section 01 : le financement des exportations à court terme	48
Sous-section 01 : Le crédit de préfinancement.....	48
1. Caractéristiques.....	49
2. Avantages et inconvénients.....	49
Sous-section 2 : La mobilisation des créances nées sur l'étranger.....	49
1. Caractéristiques.....	50
2. Procédure.....	50
3. Avantages et inconvénients.....	51
Sous-section 3 Les avances en devises.....	51
1. Caractéristiques.....	51
2. Déroulement de l'opération.....	52
3. Avantages et inconvénients.....	52
Sous-section 4 L'affacturage.....	52
1. Caractéristiques.....	53
2. Déroulement et schéma général.....	53
3. Avantages et inconvénients.....	55
Section 2 : le financement des exportations à moyen et long terme	55
Sous-section 1 : Le crédit fournisseur.....	55
1. Caractéristiques.....	56
2. Déroulement et schéma général.....	56
3. Avantages et inconvénients.....	58
Sous-section 2 : Le crédit acheteur.....	59
1. Caractéristiques.....	59
2. Les différentes phases du crédit acheteur.....	60
3. Schéma et mécanisme.....	60
4. Avantages et inconvénients.....	61
Sous-section 3 : Le crédit-bail international(le leasing)	62
1. Caractéristiques	62
2. Déroulement de l'opération et schéma général.....	64
3. Avantages et inconvénients.....	65
Sous-section 4 : les autres techniques de financement.....	66
1. Le forfaitage (forfaiting).....	66
1.1Caractéristiques.....	66
2. La confirmation de commande.....	68
2.1Caractéristiques.....	69
2.2 Procédure et schéma général	69
3. Le crédit financier.....	70
3.1 Caractéristiques	71
3.2Avantages et inconvénients	71
Conclusion.....	72
Chapitre 04 : Etude de cas BNP Paribas Eldjazair agence –Skikda-	73
Section 01 : présentation de l'organisme d'accueil	73
Sous-section 01 : le groupe BNP Paribas.....	73
1. Historique.....	73
2. Les différents pôles d'activités de la BNP Paribas.....	74
2.1banque de retail (retail banking).....	74
2.2banque de financement et d'investissement.....	74
2.3gestion des actifs et services (asset management).....	75
2. Les valeurs du groupe	75
Sous-section 2 : présentation du groupe Bnp Paribas.....	76

1. Filiale de BNP Paribas El Djazaïr.....	76
1.1Cardif El Djazaïr.....	76
1.2Cetelem Algérie.....	77
2. Principales missions de BNP Paribas El Djazaïr	77
Sous-section 03 présentation de l'organisme d'accueil agence Bnp Paribas agence -	79
Skikda-.....	79
1. Structure de l'organisme d'accueil.....	79
2. Segmentation de la clientèle.....	79
Section 02 la démarche méthodologique de l'enquête.....	80
Sous-section 01 : la méthodologie de l'enquête.....	80
1. Présentation de l'enquête.....	80
2. L'objectif de l'enquête	80
3. L'outil de collecte d'informations.....	80
4. Les différents types d'entretien.....	80
5. Le profil des interviewés.....	81
6. La rédaction du guide de l'entretien.....	81
7. L'analyse des réponses des guides d'entretiens.....	82
8. Synthèse.....	86
Conclusion.....	86
Conclusion générale	87
Bibliographie	
Annexes	