

Ecole des Hautes Etudes Commerciales



**Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de
Master en Sciences Commerciales**

Option : Commerce International

Thème :

**Accès des produits algériens au marché de
l'Union Européenne : Opportunités et Obstacles**

Étude de cas :

ALGEX

Élaboré par :

Aya MERAKCHI

Maram ROUBAH

Dirigé par :

Mohand Amokrane BELKACEMI

Maitre de Conférences « A »

12^{ème} Promotion

Juin 2025

Ecole des Hautes Etudes Commerciales



**Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de
Master en Sciences Commerciales**

Option : Commerce International

Thème :

**Accès des produits algériens au marché de
l'Union Européenne : Opportunités et Obstacles**

Étude de cas :

ALGEX

Élaboré par :

Aya MERAKCHI

Maram ROUBAH

Dirigé par :

Mohand Amokrane BELKACEMI

Maitre de Conférences « A »

12^{ème} Promotion

Juin 2025

Dédicaces

Je dédie ce travail à tous ceux qui me sont chers, ceux à qui je dois mon succès.

Avant tout, je rends grâce à Dieu, source de toute force et de toute sagesse, pour m'avoir accompagnée tout au long de ce parcours et permis d'atteindre cette étape essentielle de ma vie.

À mes parents, SOUHEILA et HAMADI, ainsi qu'à mes grands-parents, MOHAMMED EZZINE, ZINEB, NADJET et RABEH, pour leur amour inconditionnel, leurs prières et leurs sacrifices, qui ont tracé le chemin de ma réussite. Ils ont toujours cru en moi, en mon potentiel, et en la personne que je pouvais devenir... et que je peux encore devenir.

À ma sœur MELEK, source d'inspiration et modèle à suivre, toujours présente pour me soutenir, même dans ses propres moments de besoin. Et à mes frères, SARMED et IDRIS, à qui je souhaite être, à mon tour, un exemple digne d'être suivi.

À mon cher binôme MARAM, une rencontre marquante, née dans un cadre académique, mais portée bien au-delà. Une présence singulière, faite de spontanéité, d'écoute, de rires partagés et de silences complices. Une personne avec qui chaque échange a semblé naturel, chaque moment empreint de sincérité.

À mes chères copines d'Annaba, dont la présence et le lien ont su résister à la distance, À mes précieuses amies du campus, ainsi qu'à tous les membres de mon cher club MARCONICS, qui ont été présents à mes côtés dans les bons comme dans les mauvais moments, toujours à l'écoute et bienveillants.

À une personne très proche de mon cœur, qui m'a toujours soutenue et aidée, même sans que je le demande, qui m'a encouragée à devenir la meilleure version de moi-même, présente dans mes succès comme dans mes épreuves, sans jamais m'abandonner.

Et comme ultime hommage, je dédie ces mots à mon reflet : à celle qui a su, malgré les tempêtes, garder le cap vers ses étoiles.

Aya

Dédicaces

À mes parents,

Piliers constants de mon parcours, vous qui avez toujours cru en moi. Vos sacrifices et vos encouragements ont été ma boussole dans ce long voyage académique. Chaque page de ce mémoire porte l'empreinte de votre soutien silencieux mais puissant.

À ma sœur Rayene et mon frère Adem,

Mes complices de vie, mes premiers confidents et mes plus fidèles supporters. Votre présence a été un refuge, un lieu de réconfort et de rires, même dans les moments les plus intenses de cette recherche. Votre amour fraternel a été ma source de force et de résilience.

À ma meilleure amie Amel, ma source de lumière,

Toi qui as illuminé mes journées les plus sombres, qui as écouté mes doutes, partagé mes espoirs et ravivé ma passion quand elle vacillait. Tu es bien plus qu'une amie, tu es une sœur de cœur qui a contribué à chaque ligne de ce travail par ta présence bienveillante.

À mon binôme Aya,

Celle qui a dépassé toutes mes attentes, portant souvent le poids de notre recherche là où je défailtais. Plus qu'une simple partenaire, tu as été le moteur de notre projet, travaillant parfois bien au-delà de mes propres limites, reprenant même les parties qui m'incombaient avec une détermination et un professionnalisme remarquable. Tes efforts inlassables ont été le socle de ce mémoire, transformant nos défis académiques en réussite collective.

Et finalement au peuple de Gaza,

Aux étudiants qui n'ont pas eu la chance de soutenir leurs travaux,

Aux parents qui n'ont pas pu assister à l'aboutissement des études de leurs enfants,

Et aux enfants qui n'auront jamais l'opportunité de connaître le chemin de l'université.

Que ce travail témoigne de ma solidarité et de mon espoir en un avenir où la Palestine sera libre et indépendante.

Ce mémoire est vôtre, autant qu'il est mien.

Maram

Remerciements

*« Au nom d'Allah, le Tout Miséricordieux, le Très Miséricordieux »
« Et si vous comptez les bienfaits d'Allah, vous ne saurez les dénombrer. »
(Sourate Ibrahim, Verset 34)*

Nous rendons grâce à **Allah** (سبحانه وتعالى) pour Ses innombrables bienfaits, pour nous avoir accordé la force, la patience et la sagesse tout au long de ce travail. Qu'Il soit loué pour nous avoir guidés vers l'accomplissement de ce modeste effort.

Nous exprimons notre profonde gratitude à notre encadrant, Mr. MOHAND AMOKRANE BELKACEMI, pour son suivi rigoureux, ses orientations précieuses, sa disponibilité et ses conseils éclairants qui ont grandement contribué à la réalisation de ce travail.

Notre reconnaissance s'étend à l'ensemble du personnel et des cadres d'ALGEX pour leur collaboration bienveillante. Nous saluons tout particulièrement l'implication de Mr. TAGROUROUT DJELLOUL, notre encadrant au sein de cette structure, ainsi que le soutien précieux de Mr. BOUHAL SIDALI et Mme. REZIGI SOUAD de l'ANEXAL, dont les contributions ont été d'une aide inestimable.

Nous adressons également nos sincères remerciements à tous les représentants des organismes et entreprises qui ont accepté de partager avec nous un peu de leur temps et de leur expérience en répondant à nos interrogations, et tout particulièrement à Mr. KOUTSIOURIS VASSILIS, qui n'a pas hésité à nous apporter son aide et ses conseils précieux jusqu'à la dernière minute.

Un hommage appuyé revient à nos professeurs, toujours à l'écoute de nos préoccupations, pour leur accompagnement bienveillant et leur engagement à nous orienter avec patience et dévouement.

Nos vifs remerciements vont aussi aux membres du jury, pour l'intérêt porté à notre travail et pour leurs remarques constructives, qui contribueront assurément à son amélioration.

Enfin, nos pensées les plus sincères vont à nos familles et à nos amies, dont les prières, les encouragements et le soutien inconditionnel nous ont donné la force de persévérer malgré les difficultés.

À toutes celles et ceux, de près ou de loin, ayant contribué à la réalisation de ce travail, nous adressons notre profonde reconnaissance. Que chacun se reconnaisse dans ces mots de remerciement et de gratitude.

« Qu'Allah récompense chacun selon ses efforts et guide nos pas vers ce qui Lui est agréable. »

Liste des Tableaux

Numéro	Intitulé du tableau	Page
Chapitre I		
Tableau N° I.1	Les grands accords du Commerce International	31
Chapitre II		
Tableau N° II.1	Sommes allouées par la CEE à l'Algérie dans le cadre des protocoles financiers accompagnant l'accord de coopération (1976-1996)	38
Tableau N° II.2	Exportations de l'Algérie vers l'UE (2005-2023)	45
Tableau N° II.3	Importations de l'Algérie de l'UE (2005-2023)	47
Tableau N° II.4	Révision du calendrier du démantèlement tarifaire de l'annexe 3, listes 2 et 3 (niveaux 1 et 2)	49
Chapitre III		
Tableau N° III.1	Liste des expositions internationales	78
Tableau N° III.2	Liste des expositions spécifiques aux produits algériens	79
Tableau N° III.3	Liste des salons spécialisés	79
Tableau N° III.4	Liste des profils interrogés	83
Tableau N° III.5	Principales catégories de produits exportés vers l'UE (2019-2023)	101
Tableau N° III.6	Principaux pays clients de l'Algérie dans l'UE (2019-2023)	103

Liste des Figures

Numéro	Intitulé de la figure	Page
Chapitre I		
Figure N° I.1	ACR actuellement en vigueur (par année d'entrée en vigueur), 1948-2025	22
Figure N° I.2	ACR en vigueur (participation par région), en 2025	23
Figure N° I.3	Les différentes formes d'Accords Commerciaux Régionaux	30
Chapitre III		
Figure N° III.1	Organigramme d'ALGEX	74
Figure N° III.2	Nuage des mots les plus utilisés	87
Figure N° III.3	Nuage des mots les plus utilisés dans le premier thème	89
Figure N° III.4	Nuage des mots les plus utilisés dans le deuxième thème	90
Figure N° III.5	Nuage des mots les plus utilisés dans le troisième thème	91
Figure N° III.6	Nuage des mots les plus utilisés dans le quatrième thème	92

Liste des Abréviations

Abréviatiion	Désignation
ACED	Algérienne des Cuirs Et Dérivés
ACEUM	Accord Canada–États-Unis Mexique
ACR	Accords Commerciaux Régionaux
AFREXIMBANK	African Export-Import Bank (Banque Africaine d'Export-Import)
AGCS	Accord Général sur le Commerce des Services
AGM	Approche Globale Méditerranéenne
ALENA	Accord de Libre-Echange Nord-Américain
ALGEX	Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur
ANEXAL	Association Nationale des Exportateurs Algériens
ASEAN	Association des Nations de l'Asie du Sud Est (Association of SouthEast Asian Nations)
BEI	Banque Européenne d'Investissement
Brexit	British Exit (Retrait du Royaume-Uni de l'Union Européenne)
CACI	Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie
CAGEX	Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations
CAN	Communauté Andine des Nations
CARE	Cercle d'Action et de Réflexion autour de l'Entreprise
CARICOM	Communauté des Caraïbes (Caribbean Community)
CCG	Conseil de Coopération du Golfe
CEE	Communauté Economique Européenne
CNCPE	Conseil National Consultatif de Promotion des Exportations
COMESA	Marché commun de l'Afrique orientale et australe (Common Market for Eastern and Southern Africa)
CPTPP	Accord de Partenariat Transpacifique Global et Progressiste (Comprehensive and progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership)
DAPS	Droit Additionnel Provisoire de Sauvegarde
DD	Droit de Douane
DZD	Dinar Algérien
EAC	Communauté Est Africaine (East African Community)

ESGEN	École Supérieure de Gestion et d'Économie Numérique
EURL	Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée
FMI	Fonds Monétaire International
FSPE	Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations
GAFI	Groupe d'Action Financière Internationale
GATT	Accord Général sur les Tarifs douaniers et le Commerce (General Agreement on Tariffs and Trade)
GETEX	Générale Textiles
GVC	Chaîne de Valeur Mondiale (Global Value Chain)
GZALE	Grande Zone Arabe de Libre-Échange
GZALE	Grande Zone Arabe de Libre-Echange
HOS	Heckscher-Ohlin-Samuelson
IANOR	Institut Algérien de Normalisation
IATF	Salon du Commerce Inter-Africain (Intra-African Trade Fair)
IDE	Investissements Directs Étrangers
ITC	Centre du commerce international (International Trade Center)
LFC	Loi de Finances Complémentaire
MEDA	Mesures d'Accompagnement financières et techniques
MERCOSUR	Marché Commun du Sud (Mercado Común del Sur)
N.D.A	Non Dénomés Ailleurs
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
ONS	Office National des Statistiques
P3A	Programme d'Appui à la mise en œuvre de l'Accord d'Association
PIB	Produit Intérieur Brut
PMA	Pays les Moins Avancés
PME	Petites et Moyennes Entreprises
PMR	Politique Méditerranéenne Rénovée
PPM	Pays Partenaires Méditerranéens
PROMEX	Office National de Promotion des Exportations
QSR International	Qualitative Solutions and Research International
RCEP	Partenariat Économique Régional Global (Regional Comprehensive Economic Partnership)
RDC	République Démocratique du Congo

SAFEX	Société Algérienne des Foires et Exportations
SARL	Société A Responsabilité Limitée
SH	Système Harmonisé
UE	Union Européenne
UEM	Union Économique et Monétaire
USMCA	United States–Mexico–Canada Agreement
ZLECAf	Zone de Libre Échange Continentale Africaine

Résumé

Face à sa dépendance aux hydrocarbures, l'Algérie cherche à diversifier son économie en renforçant ses exportations hors énergie, notamment vers l'Union Européenne. Bien que ce marché offre des avantages de proximité et un cadre juridique préférentiel établi par l'accord d'association, il impose des normes strictes qui compliquent l'accès des produits algériens.

Dans cette perspective, notre recherche, intitulée « *Accès des produits algériens au marché de l'Union Européenne : opportunités et obstacles* », s'attache à analyser les conditions d'accès à ce marché, à travers une démarche analytique combinant recherche documentaire et enquête qualitative. Des entretiens semi-directifs ont été menés auprès d'acteurs économiques afin de croiser les apports théoriques avec les réalités du terrain.

Les résultats révèlent plusieurs obstacles : inadéquation aux normes européennes, faiblesses logistiques, lourdeurs administratives et faible compétitivité. Toutefois, des secteurs comme l'agroalimentaire, les cosmétiques ou le cuir présentent un fort potentiel. L'étude suggère ainsi d'améliorer la qualité, renforcer la logistique et réviser le cadre de coopération pour instaurer un partenariat plus équitable et bénéfique pour les deux parties.

Mots clés : Accord d'association - Exportation - Marché de l'UE - Produits algériens - Normes - Accès au marché.

Abstract

In response to its dependence on hydrocarbons, Algeria is seeking to diversify its economy by strengthening its non-energy exports, particularly toward the European Union. While this market offers advantages such as geographical proximity and a preferential legal framework established by the Association Agreement, it also imposes strict standards that complicate access for Algerian products.

Against this backdrop, our research entitled « *Access of Algerian Products to the European Union Market: Opportunities and Challenges* », aims to analyze the conditions for accessing this market through an analytical methodology that combines documentary research with qualitative investigation. Semi-structured interviews were conducted with economic stakeholders in order to compare theoretical insights with on-the-ground realities.

The findings highlight several key obstacles, including non-compliance with European standards, logistical weaknesses, bureaucratic burdens, and low competitiveness. Nonetheless, sectors such as agri-food, cosmetics, and leather goods show strong export potential. The study therefore suggests improving product quality, enhancing logistical infrastructure, and revising the cooperation framework to establish a more balanced and mutually beneficial partnership.

Keywords: Association Agreement - Export - EU Market - Algerian Products - Standards - Access to market.

ملخص

في مواجهة اعتمادها المفرط على قطاع المحروقات، تسعى الجزائر إلى تنويع اقتصادها من خلال تعزيز صادراتها خارج قطاع الطاقة، لاسيما باتجاه الاتحاد الأوروبي. ورغم أن هذا السوق يوفّر مزايا تتعلق بالقرب الجغرافي ووجود إطار قانوني تفضيلي ينظمه اتفاق الشراكة، إلا أنه يفرض معايير صارمة تعيق نفاذ المنتجات الجزائرية إليه.

وفي هذا السياق، جاءت دراستنا بعنوان « **نفاذ المنتجات الجزائرية إلى سوق الاتحاد الأوروبي: الفرص والعوائق** » وتهدف إلى تحليل شروط ولوج هذا السوق من خلال منهجية تجمع بين البحث الوثائقي والتحقيق الميداني النوعي. وقد أجريت مقابلات شبة موجهة مع عدد من الفاعلين الاقتصاديين، بهدف الربط بين المعطيات النظرية والواقع العملي.

وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود عدة عوائق رئيسية، من بينها: عدم مطابقة المنتجات الجزائرية للمعايير الأوروبية، وضعف البنية اللوجستية، والتعقيدات الإدارية، بالإضافة إلى محدودية القدرة التنافسية. ومع ذلك، تبرز بعض القطاعات مثل الصناعات الغذائية، ومستحضرات التجميل، والجلود كقطاعات واعده ذات إمكانيات تصديرية كبيرة. وبناءً على هذه النتائج، توصي الدراسة بجملة من الإجراءات، من أبرزها: تحسين جودة المنتجات، وتعزيز البنى التحتية اللوجستية، وإعادة النظر في إطار التعاون القائم بهدف إرساء شراكة أكثر توازنًا وفائدة للطرفين.

الكلمات المفتاحية: اتفاق الشراكة – التصدير - سوق الاتحاد الأوروبي - المنتجات الجزائرية - المعايير - النفاذ للسوق.

Sommaire

Introduction Générale.....	1
Chapitre I : Généralités sur le Commerce International et les Accords Commerciaux Régionaux.....	6
Section 01 : Cadre théorique du Commerce International	8
Section 02 : Les Accords Commerciaux Régionaux	21
Chapitre II : Zoom sur l'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne.	35
Section 01 : Historique de l'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne	37
Section 02 : Contenu de l'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne ...	53
Chapitre III : Étude Empirique	69
Section 01 : Cadre méthodologique de l'enquête	71
Section 02 : Evaluation des Résultats.....	86
Conclusion Générale	107

Introduction Générale

L'économie mondiale actuelle est marquée par une ouverture croissante des marchés et une intensification des échanges internationaux. Cette dynamique, accélérée par la mondialisation, a modifié les fondements de la concurrence entre les nations. Aujourd'hui, les économies ne peuvent plus se contenter d'exploiter leurs avantages comparatifs traditionnels : elles doivent innover, adapter leurs normes de production, répondre aux standards internationaux, et intégrer les chaînes de valeur globales. Dans ce contexte, les pays en développement, en quête de diversification et de croissance durable, sont appelés à renforcer leur présence sur les marchés extérieurs en dépassant les barrières classiques et en relevant de nouveaux défis, notamment réglementaires, technologiques et logistiques.

Pour l'Algérie, ce contexte représente un tournant stratégique. Longtemps fondée sur la rente pétrolière, l'économie nationale souffre d'un manque de diversification structurelle. La baisse des revenus des hydrocarbures a mis en évidence la vulnérabilité de ce modèle et la nécessité urgente de repenser les priorités économiques du pays. Parmi ces priorités, figure en tête la promotion des exportations hors hydrocarbures, un objectif qui implique l'identification de produits à forte valeur ajoutée, la conquête de nouveaux marchés, et l'adaptation des politiques d'accompagnement. Dans cette logique, l'Union Européenne, premier partenaire économique et commercial de l'Algérie, représente à la fois une destination incontournable et un marché complexe. Elle constitue un espace économique intégré où les normes de qualité, de traçabilité, de sécurité sanitaire, mais aussi les exigences de compétitivité sont très élevées.

L'accès à ce marché ne dépend donc pas uniquement de la signature d'accords bilatéraux, mais aussi de la capacité réelle des opérateurs économiques à répondre aux conditions d'entrée. L'accord d'association signé entre l'Algérie et l'Union Européenne en 2002, et entré en vigueur en 2005, avait justement pour ambition de faciliter l'intégration économique de l'Algérie dans l'espace euro-méditerranéen. Or, plus de vingt ans après sa signature, les résultats observés sont mitigés : si le volume des échanges a progressé, la balance commerciale reste déséquilibrée et les exportations algériennes restent concentrées autour des hydrocarbures. Cette situation soulève une série de questions sur les bénéfices réels de cet accord, sur les contraintes d'accès au marché européen, et sur les leviers disponibles pour dynamiser les exportations algériennes hors hydrocarbures.

Dans ce cadre, notre recherche s'intéresse à un thème central et d'actualité : « *Accès des produits algériens au marché de l'Union Européenne : opportunités et obstacles* ». Ce thème

se justifie par l'importance croissante que revêt l'intégration économique régionale dans les stratégies de développement, mais aussi par les nombreux défis auxquels sont confrontées les entreprises algériennes lorsqu'elles tentent d'exporter vers l'Union Européenne. L'exemple récent de la pâte à tartiner « El Mordjene », qui a fait face à des restrictions à l'entrée sur le marché européen malgré un accord censé faciliter les échanges, illustre concrètement la complexité des procédures d'accès, la rigidité des normes et le décalage entre les dispositions théoriques des accords et leur mise en œuvre effective sur le terrain.

Plusieurs raisons ont motivé le choix de ce thème. D'une part, il correspond à un intérêt personnel pour les questions de commerce extérieur et d'intégration régionale. D'autre part, il reflète la nécessité de contribuer, à travers un travail académique rigoureux, à la réflexion sur les moyens d'améliorer la performance exportatrice de l'Algérie. Enfin, ce thème s'inscrit dans un débat économique et stratégique national, celui de la transition vers un modèle plus diversifié, moins dépendant des hydrocarbures. Dans cette optique, le choix de l'organisme d'accueil s'est naturellement porté sur l'ALGEX, en raison de son rôle essentiel dans l'accompagnement des entreprises exportatrices. Sa collaboration avec d'autres institutions telles que l'ANEXAL a permis l'enrichissement de notre démarche de terrain, par la mise en relation avec des acteurs économiques engagés dans l'export.

L'objectif de cette recherche est d'analyser les conditions concrètes d'accès des produits algériens au marché de l'UE. Cela implique d'identifier les obstacles tarifaires et non tarifaires rencontrés, d'évaluer la portée réelle de l'accord d'association dans la facilitation des échanges, de repérer les produits et secteurs à fort potentiel exportable, et enfin de formuler des suggestions concrètes, à la fois stratégiques et opérationnelles, pour améliorer la compétitivité des exportateurs algériens et optimiser leur positionnement sur ce marché.

À partir de cette orientation, nous formulons la problématique suivante : « ***Dans quelle mesure les conditions d'accès au marché de l'Union Européenne entravent-elles ou favorisent-elles les exportations algériennes ?*** ».

Pour l'approfondir, plusieurs sous-questions ont été dégagées :

1. Quelles sont les principales barrières tarifaires et non tarifaires qui limitent l'accès des produits algériens au marché de l'Union Européenne ?
2. L'accord d'association Algérie-Union Européenne favorise-t-il réellement les exportations algériennes ?

3. Quelles stratégies peuvent être mises en œuvre pour améliorer l'accès des produits algériens au marché de l'Union Européenne ?

Pour répondre à ces interrogations, deux hypothèses principales ont été avancées :

- **H1** : L'accord d'association entre l'Algérie et l'Union Européenne est à la faveur de l'Algérie.
- **H2** : Les normes européennes constituent le premier obstacle pour les exportations de l'Algérie vers l'Union Européenne.

Afin de vérifier ces hypothèses, la méthodologie retenue s'appuie sur une démarche analytique déductive, combinant une recherche documentaire et une recherche qualitative fondée sur des entretiens semi-directifs. Cette double approche vise à croiser les perspectives théoriques avec les réalités vécues par les opérateurs économiques. Une revue bibliographique des ouvrages et articles spécialisés, des textes juridiques, des rapports institutionnels ainsi que des données statistiques a été réalisée pour asseoir notre cadre conceptuel. Parallèlement, un guide d'entretien a été élaboré pour interroger différents acteurs concernés par la thématique.

Notre travail a toutefois été confronté à certaines limites, notamment le manque de réactivité de certaines entreprises sollicitées pour les entretiens, le caractère partiel ou confidentiel de certaines données économiques, ainsi que la difficulté à obtenir une vue d'ensemble complète du dispositif d'appui à l'exportation. Néanmoins, les données recueillies et les entretiens réalisés ont permis de dégager des analyses et des résultats représentatifs et pertinents au regard des objectifs de la recherche.

Le mémoire s'organise ainsi en trois chapitres complémentaires :

- ✓ Le premier chapitre est consacré aux généralités sur le commerce international et les accords commerciaux régionaux. Il aborde, dans une première section, les fondements théoriques du commerce international, et dans une seconde, les différents types d'accords commerciaux régionaux, leur rôle et leurs implications.
- ✓ Le deuxième chapitre est centré sur l'accord d'association entre l'Algérie et l'UE. Il retrace d'abord l'historique de cet accord, avant d'en analyser le contenu et les principales dispositions qui régissent les échanges bilatéraux.

- ✓ Enfin, le troisième chapitre est dédié à l'étude empirique. La première section commence par la présentation de l'organisme d'accueil et expose le cadre méthodologique de l'enquête menée, tandis que la seconde section présente et analyse les résultats obtenus à travers les entretiens réalisés.

À travers ce travail, nous nous fixons pour objectif de formuler des propositions constructives et de dégager des pistes de réflexion et d'action à l'intention des décideurs publics, des opérateurs économiques et des institutions d'appui à l'exportation, afin de favoriser l'intégration des produits algériens sur le marché de l'Union Européenne et, plus largement, de renforcer la compétitivité de l'économie nationale dans un cadre durable, équitable et intégré.

Chapitre I :
Généralités sur le Commerce
International et les Accords
Commerciaux Régionaux

Le commerce international est un moteur essentiel de la croissance économique et du développement, permettant aux pays de tirer parti de leurs avantages comparatifs et de participer à une division internationale du travail. Selon P. Krugman et M. Obstfeld (2009), le commerce international repose sur des principes fondamentaux tels que la spécialisation et les gains à l'échange, qui permettent aux nations d'optimiser leurs ressources et d'accroître leur bien-être économique. Cependant, l'accès aux marchés internationaux est souvent conditionné par des facteurs structurels, institutionnels et politiques, notamment la présence d'accords commerciaux régionaux qui facilitent les échanges en réduisant les barrières tarifaires et non tarifaires¹.

Ce premier chapitre vise à poser les bases théoriques et conceptuelles nécessaires à la compréhension des enjeux liés à l'accès des produits algériens au marché européen. Il se divise en deux sections principales. La première section, intitulée « Cadre théorique du commerce international », abordera les concepts fondamentaux du commerce international et quelques généralités sur ce dernier. La deuxième section, « Les Accords Commerciaux Régionaux », qui donne un aperçu global sur ces accords.

À travers ce chapitre, nous chercherons à comprendre comment le commerce international fonctionne, quels sont les mécanismes qui régissent les échanges commerciaux, et comment les accords commerciaux régionaux peuvent influencer la pénétration des marchandises algériennes sur le marché européen. Ces éléments théoriques seront essentiels pour analyser, dans les chapitres suivants, les défis et les opportunités que rencontre l'Algérie dans son processus d'intégration aux marchés internationaux.

¹ KRUGMAN (Paul) et OBSTFELD (Maurice) : « *International Economics: Theory and Policy* », Edition 8, Boston: Pearson Addison-Wesley, 2009, p27.

Section 01 : Cadre théorique du Commerce International

Le commerce international est au cœur des débats de politique économique actuels. Selon les nations, les échanges internationaux sont perçus comme une chance, par exemple pour les pays d'Asie qui connaissent une croissance forte en raison de leurs exportations, ou comme une menace, pour les pays développés qui voient la production de nombreux secteurs concurrencée par des importations accrues.¹

Cette section construit l'architecture conceptuelle nécessaire à la compréhension des enjeux liés à l'accès des produits algériens au marché européen. Nous aborderons successivement les concepts fondamentaux du commerce international, les principaux indicateurs de performance et l'environnement des affaires, ainsi que l'organisation institutionnelle régissant les échanges internationaux.

I. Définition et Concepts fondamentaux du Commerce International :

L'un des principaux piliers de l'économie mondiale moderne est le commerce international. À une époque de mondialisation croissante, comprendre son fonctionnement et ses procédures est crucial pour saisir les dynamiques de l'économie mondiale.

1. Définition du Commerce International :

Le commerce international est l'extension du commerce en lui-même au-delà des frontières qui séparent les différentes nations, c'est l'ensemble des activités commerciales requises pour livrer un bien ou un service au-delà de ses propres frontières, il englobe donc la production de celui-ci, son expédition et sa vente passant directement de la production à la consommation. Il représente l'ensemble des flux de marchandises, l'importation et l'exportation de bien et de services, de biens tangibles et intangibles, la concession de licences dans d'autres pays ainsi que les investissements étrangers, mais aussi les flux de services car leurs parts progressent rapidement dans les échanges internationaux (notamment le transport, le tourisme, et les différents services aux entreprises).

Le commerce international ouvre plein de perspectives aux différents pays, il peut permettre à certains de consommer plus qu'il ne produit grâce à ses ressources propres, ou bien d'élargir

¹ RAINELLI (Michel) : « *Le commerce international* », La Découverte, 10e édition, 2009, p03.

ses débouchés en sondant d'autres marchés afin d'écouler sa production et de s'enrichir davantage¹.

Il est essentiel de saisir les bases théoriques qui déterminent le développement et le mécanisme du commerce international afin que cette définition puisse nous permettre de saisir l'idée. Depuis les théories traditionnelles jusqu'aux méthodes plus modernes, le progrès de la pensée économique a engendré plusieurs théories pertinentes destinées à décrire les bénéfices et les motivations du commerce international.

2. Théories du Commerce International :

Les théories du commerce international se sont développées au fil du temps pour expliquer les motivations et les avantages des transactions transfrontalières. Afin de comprendre les raisons du commerce et comment les nations peuvent en tirer profit, ces théories offrent un cadre analytique essentiel. Des idées de base développées par les économistes classiques aux analyses plus sophistiquées menées par les experts modernes, l'évolution de ces théories démontre le lent changement de l'économie mondiale.

A. Théories classiques :

Les économistes classiques ont donc été les premiers à se pencher sur le sujet et vraiment étudier les échanges internationaux entre la fin du 18^{ème} siècle et le début du 19^{ème}. Le but de ces théories est de montrer que le principe de libre échange peut devenir un facteur de croissance pour les économies qui y adhèrent, sous l'expression « Laisser faire, laisser passer² ». Chaque économie doit donc produire les marchandises dont elle a besoin, mais aussi exporter les marchandises pour lesquelles elle a un avantage en termes de coûts de production et importer les marchandises pour lesquelles elle ne dispose d'aucun avantage³.

- **La théorie de l'avantage absolu d'Adam Smith (1776) :** Selon Smith, un pays a intérêt à produire lui-même une marchandise si le coût de production de cette dernière est moins élevé que dans les autres pays. Suivant donc la vision de Smith ce pays a un avantage absolu pour cette marchandise, il doit donc la produire et l'exporter vers les autres pays.

¹ BERTHELEMY (Jean-Claude) :« *Commerce international et diversification économique* », Revue d'économie politique, vol 115, 2005.

² La célèbre expression « Laissez faire, laissez passer » est souvent attribuée aux physiocrates du XVIII^e siècle, en particulier à Vincent de Gournay (1712-1759), un économiste français. Il aurait popularisé cette phrase pour résumer la doctrine du libéralisme économique, prônant la libre entreprise et la limitation de l'intervention de l'État dans l'économie.

³ NYAHOHO (Emmanuel) :« *Le commerce international : théories* », Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, 2006, p80.

Pour les marchandises dont le coût de production est supérieur à ce qui se fait dans les autres pays, elles doivent être importées¹.

- **La théorie des avantages comparatifs de David Ricardo (1817) :** Comme Adam Smith, Ricardo a avancé et défendu l'argument selon lequel le commerce international est dans l'intérêt des nations, et il a défini le concept de coûts comparatifs en fonction des causes de la richesse nationale. Ricardo soutient que même si un pays n'a pas d'avantage absolu, s'il a un avantage comparatif, il peut être intéressé à se spécialiser et à communiquer. Il a défendu sa théorie avec des exemples de l'Angleterre et du Portugal produisant du linge de lit et du vin. Cet exemple est basé sur le coût de production dans chaque pays, qui correspond à la quantité de travail nécessaire pour obtenir les deux biens, quelle que soit l'unité de mesure utilisée².
- **Le modèle Heckscher-Ohlin-Samuelson :** Le modèle HOS cherche à approfondir l'explication de l'avantage comparatif introduit par Ricardo en analysant les différences de dotations en facteurs de production entre les pays. Il met en évidence que l'avantage comparatif repose sur la disponibilité relative des facteurs de production, tels que le travail et le capital. Selon ce modèle, un pays tend à se spécialiser dans la production de biens nécessitant les facteurs dont il dispose en abondance. Cette spécialisation permet de réduire les coûts de production et d'optimiser les rendements. Par exemple, un pays riche en main-d'œuvre aura des coûts salariaux plus bas, rendant ainsi les productions intensives en travail plus compétitives. Inversement, les pays importent des biens dont la production requiert des facteurs relativement rares sur leur territoire, afin d'éviter des coûts élevés et de bénéficier des spécialisations d'autres nations. Cette logique favorise l'échange international et permet aux pays de maximiser leur efficacité économique.³

B. Théories néoclassiques :

- **Le théorème de Stolper-Samuelson et l'effet Rybczynski :** L'article de Stolper-Samuelson de 1941, qui peut être considéré comme achevé avec celui de Rybczynski de 1955, a permis la construction d'un cadre théorique formalisé constituant le modèle de base Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS), autour de trois nouveaux théorèmes concernant principalement le prix des facteurs. Cet achèvement produit des effets contradictoires en

¹ BECUWE (Stéphane) : « *Commerce international et politiques commerciales* », Armand Colin, Paris, 2006, p19.

² BOURDARIAT (Jean) : « *Commerce international théories et pratique* », L'Harmattan, Paris, 2011, p112.

³ KRUGMAN (P) et WELLS (R) : « *Macroéconomie* », De Boeck, Bruxelles 2009.

éliminant les faiblesses d'un raisonnement insuffisamment rigoureux, mais en abandonnant certaines intuitions d'Ohlin qui ne trouvent pas leur place dans une formalisation nécessairement réductrice. C'est ce modèle qui fera l'objet de nombreux approfondissements : introduction de la mobilité des facteurs de production, prise en compte de biens non échangés internationalement, raisonnement intégrant les biens intermédiaires. Il constitue la référence de ce que l'on considère comme la théorie « moderne » du commerce international¹.

- **Le paradoxe de Leontief** : Dans les années 50-60, le modèle ricardien a fait l'objet de tests peu concluants. La théorie d'Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS), plus facile à tester empiriquement, a été notamment étudiée par Leontief en 1953 et 1956, aboutissant à des résultats surprenants.

Selon la théorie HOS, les États-Unis, disposant en 1947 d'une dotation plus importante en capital qu'en travail, auraient dû exporter des biens intensifs en capital et importer des biens intensifs en travail. Or, Leontief a découvert le contraire : les exportations américaines présentaient un ratio capital/travail de 13 992 dollars par homme-année, alors que leurs importations atteignaient 18 184 dollars par homme-année. Cette contradiction entre la théorie et la réalité observée est devenue célèbre sous le nom de « paradoxe de Leontief »².

- **La théorie du cycle de vie du produit (Vernon)** : La notion du cycle international de vie du produit a été préconisée par VERNON en 1966, tout a commencé par l'idée que les nations possèdent des savoirs faire technologiques différents, il tenta alors d'expliquer les causes d'innovation et les modalités de sa diffusion par un même principe détenant de meilleurs compétences technologique, ce qui représente parfaitement le marché des Etats-Unis comparé aux autres pays développés qui avaient la capacité de transformer la technologie en production et qui disposaient selon VERNON d'un vaste et riche marché pour voir lancer son produit.

Le modèle de VERNON a permis de mettre en lien l'économie internationale et le commerce international en tenant compte de l'avantage comparatif du facteur technologique par une Succession d'étapes inspirée de processus biologique c'est-à-dire « naissance », « croissance »,

¹ RAINELLI (Michel) : « *Le commerce international* », La Découverte, Paris, 2004, p48.

² Ibid., p49.

« maturité » et enfin « déclin ». Il s'agit là d'une schématisation simplifiée du processus productif ainsi que des évolutions des ventes d'une firme¹.

C. Les nouvelles théories du commerce international :

- **La théorie de la concurrence monopolistique :** Le modèle Dixit-Stiglitz-Krugman, développé en 1979 lorsque Krugman applique au commerce international le cadre concurrentiel de Dixit-Stiglitz (1977), est devenu le modèle de référence pour analyser le commerce international. Ce modèle suppose des produits différenciés issus d'une même production, où chaque firme détient un monopole sur sa variété avec libre entrée dans la branche. Le nombre de variétés est limité par la taille du marché, et à l'équilibre, les marges couvrent uniquement les coûts fixes. Les consommateurs, considérant les variétés comme équivalentes, répartissent leur consommation de manière égale. L'ouverture au commerce entraîne une augmentation du nombre total de variétés malgré la sortie de certaines entreprises locales, une réduction des marges et la réalisation d'économies d'échelle. Trois résultats majeurs émergent : un accroissement bénéfique de la variété pour les consommateurs et producteurs, un effet de choc concurrentiel réduisant la protection naturelle, et le développement d'échanges intra-branche où chaque pays importe et exporte des variétés similaires².
- **Les économies d'échelle et les rendements d'échelle :** Ces deux concepts sont étroitement liés l'un à l'autre et le terme économies d'échelle signifie qu'à mesure que la quantité de production augmente, le coût de production d'un bien diminue. Cependant, il est nécessaire de distinguer ces deux concepts. En effet, les économies d'échelle lient les coûts unitaires de production à la quantité produite par une entreprise, tandis que les rendements d'échelle (Léon Walras, Paul Douglas et autres)³ permettent de mesurer les changements de production en fonction de l'évolution des différents facteurs de production au sein d'une entreprise⁴.

¹ FENNETEAU (Hervé) : « *Le cycle de vie des produits* », Ed ECONOMICA, Paris, 1988, p62.

² FONTAGNE (Lionel) : « *Commerce International* », Economica, 1991.

³ WALRAS (Léon) et NEUMANN (John von) : Ont étudié la formalisation mathématique des rendements d'échelle en lien avec l'équilibre général.

DOUGLAS (Paul) et COBB (Charles) : « *Cobb-Douglas Production Function, 1928* » : Ils proposent une fonction de production qui permet d'analyser les rendements d'échelle.

SOLOW (Robert) : « *A Contribution to the Theory of Economic Growth, 1956* » : Il intègre les rendements d'échelle dans son modèle de croissance économique

⁴ CAPELLE-BLANCARD (Gunther) et CROZET (Mathieu) : « *Economies, théories et politiques international, Paul Krugman, Pierre Pichère, "Le rendement décroissant"* », 2014, p145.

- **Le commerce intra-branche** : Le commerce intra-branche correspond à des échanges de produits issus d'une même branche. Ces échanges croisés (exportations et importations simultanées) portent pour l'essentiel sur des produits qui sont différenciés horizontalement (produits de qualité identique mais aux caractéristiques différentes) ou verticalement (différenciation par la qualité), et sont réalisés majoritairement entre pays similaires, c'est-à-dire entre pays qui ont les mêmes dotations en facteurs et qui utilisent les mêmes technologies. Par exemple, l'Allemagne et la France, pays qui ont les mêmes avantages comparatifs, exportent tous les deux des automobiles l'un vers l'autre. Les échanges intra-branches représentent aujourd'hui près de la moitié des échanges internationaux¹.
- **La théorie de la gravité** : Le modèle de gravité est aujourd'hui un outil standard utilisé par les économistes internationalistes pour expliquer les échanges commerciaux entre deux pays. L'équation de gravité de base a été conçue par Tinbergen (1962). S'inspirant de la loi de la gravité universelle selon laquelle deux corps s'attirent en raison directe de leur masse et en raison inverse de la distance séparant leur centre de gravité, Tinbergen postule que les échanges réalisés entre deux pays dépendent positivement de leur taille économique représentée par le produit de leur PIB (la capacité d'exportation du pays exportateur dépend positivement de sa taille et la demande d'importation du pays importateur augmente aussi avec la taille de ce dernier) et négativement de la distance qui les sépare (la distance est un indicateur des coûts de transport et des autres obstacles aux échanges comme, par exemple, les coûts de l'information).²
- **La théorie des chaînes de valeur mondiales** : Selon Gary Gereffi, l'un des principaux théoriciens des GVC (Global Value Chain) : « *les chaînes de valeur mondiales sont des réseaux internationaux de production où les entreprises coordonnent des activités économiques complexes à travers les frontières* ». Cette approche met l'accent sur la division internationale du travail et la manière dont les entreprises multinationales organisent leurs activités pour maximiser l'efficacité et minimiser les coûts³.
- **La théorie des accords commerciaux régionaux** : Selon Jagdish Bhagwati : « *les accords commerciaux régionaux peuvent à la fois compléter et concurrencer le système commercial multilatéral* ». Ces accords créent des préférences commerciales entre les

¹ DUPUY (M) : « Le modèle de gravité. Fiches d'économie internationale Rappels de cours et exercices corrigés », Fiche 7, Ellipses, 2019, p53.

² Ibid., Fiche 19, p157.

³ GEREFFI (G) et FERNANDEZ-STARK (K) : « *Global Value Chain Analysis : A Primer* », 2011.

membres, ce qui peut stimuler les échanges intra-régionaux, mais peut aussi détourner les échanges des pays non membres¹.

- **Le chienlit de Maurice Allais :** L'expression « la chienlit » a été utilisée par l'économiste français Maurice Allais pour dénoncer le désordre économique et monétaire qu'il observait, notamment en France et dans le monde. Maurice critiquait les nouvelles théories du commerce international, notamment celles de Paul Krugman, en dénonçant les effets négatifs du libre-échange inconditionnel. Contrairement à ces théories qui justifient le commerce par les économies d'échelle et la concurrence imparfaite, Allais estimait que la mondialisation et la dérégulation financière entraînaient désindustrialisation, chômage et instabilité économique, il prônait un protectionnisme raisonné, permettant aux nations de défendre leurs industries stratégiques et d'adopter des régulations adaptées à leurs besoins. Selon lui, le commerce devait être encadré pour éviter une concurrence excessive et destructrice, menaçant la cohésion économique et sociale des pays développés.²

II. Indicateurs de Performance et Environnement des Affaires :

1. Rôle des indicateurs dans l'évaluation de la performance économique et commerciale des pays :

Les indicateurs de performance constituent des outils indispensables pour mesurer et comparer la performance économique et commerciale des pays. Ils permettent d'évaluer la compétitivité d'un pays, d'identifier ses forces et ses faiblesses, et d'orienter les politiques économiques. On trouve :

A. Les indicateurs macroéconomiques :

Produit intérieur brut (PIB), taux de croissance, inflation, taux de chômage³... Ils donnent une vue d'ensemble de la santé économique d'un pays.

B. Les indicateurs commerciaux :

Le solde commercial, la part des échanges dans le PIB, la part du marché, le taux de couverture⁴... Ils permettent d'évaluer l'ouverture d'une économie et sa spécialisation.

¹ BHAGWATI (J) : « *Regionalism and Multilateralism: An Overview* », Cambridge University Press, 1993, p23.

² ALLAIS (Maurice) : « *La mondialisation, la destruction des emplois et de la croissance : l'évidence empirique* », Clément Juglar, 1999 et « *Lettre aux Français sur les réalités économiques et les réformes indispensables* », Clément Juglar, 2009.

³ OCDE : « *Principaux indicateurs économiques* », Volume 2020 Numéro 12, Editions OCDE, Paris, 2020.

⁴ PASCO- BERHO (Corinne) : « *Marketing international* », Edition DUNOD, 2008, p07.

C. Les indicateurs de compétitivité :

Indice de compétitivité globale du Forum économique mondial, indice de facilité de faire des affaires de la Banque mondiale... Ils mesurent la capacité d'une économie à créer et à maintenir des avantages compétitifs.

Les indicateurs de performance économique et commerciale des pays sont utiles pour plusieurs raisons : pour les gouvernements – l'évaluation des politiques économiques, l'identification des secteurs à soutenir, la comparaison avec les pays concurrents ; pour les entreprises – le choix des marchés à investir, l'évaluation des risques, le benchmarking ; pour les investisseurs – l'évaluation de l'attractivité d'un pays et la comparaison des opportunités d'investissement.

2. Rapport Doing Business de la Banque Mondiale :

Le classement "Doing Business" classe 190 pays par rapport à leur facilité à faire des affaires. Créé en 2002 par le groupe de la banque mondiale, ce classement mesure la réglementation des affaires et son application effective dans 190 économies et dans certaines villes au niveau infranational et régional.

Les pays sont classés en fonction de la facilité d'y faire des affaires, de 1 à 190, la première place indiquant le plus haut niveau de facilité. L'indice correspond à la moyenne des classements sur les 12 domaines étudiés¹.

Ces indices sont ²:

- La facilité de faire les affaires.
- Un classement filtré.
- La création d'entreprise.
- L'obtention d'un permis de construire.
- Le raccordement à l'électricité.
- Le transfert de propriété.
- L'obtention de prêts.
- La protection des investisseurs minoritaires.
- Le paiement des taxes et impôts.
- Le commerce transfrontalier.
- L'exécution des contrats.

¹ « Définition Doing Business », <https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/doing-business.html>, Consulté le 12/01/2025 (13:48).

² « Doing Business », <https://archive.doingbusiness.org/fr/rankings>, Consulté le 12/01/2025 (13:59).

- Le règlement de l'insolvabilité.

3. Importance de l'environnement des Affaires pour le Commerce International :

Le développement du commerce international nécessite un environnement des affaires favorable. Un tel environnement réduit les coûts de transaction, accroît l'attrait des investissements et renforce la compétitivité des entreprises. Les éléments-clés d'un environnement des affaires favorable incluent : la politique et la stabilité économique ; la transparence des règles et la prévisibilité ; la protection contre la violation de la propriété intellectuelle ; l'accès au financement ; les infrastructures de haute qualité ; et la main-d'œuvre bien formée.

L'environnement des affaires a un effet important sur le commerce mondial, notamment :

- **Attractivité pour les Investissements Directs Etrangers (IDE):** Un climat d'affaires accueillant attire les capitaux étrangers, ce qui facilite le transfert de technologie et la création d'emplois.
- **Développement des PME:** Étant donné que les petites et moyennes entreprises sont souvent les principaux moteurs des exportations, leur création et leur croissance sont facilitées par un cadre réglementaire plus simple.
- **Intégration dans les chaînes de valeur mondiales :** Les entreprises peuvent pénétrer de nouveaux marchés et s'intégrer dans les chaînes de valeur mondiales dans un environnement commercial concurrentiel.

III. Organisation du Commerce International :

1. L'Organisation Mondiale du Commerce :

A. Définition :

L'Organisation mondiale du commerce est la seule organisation internationale qui s'occupe des règles régissant le commerce entre les pays. Créée le 1er janvier 1995, l'OMC compte plus de 166 Membres, qui représentent 98% du commerce mondial. Toutes les accessions à l'Organisation sont le fruit de négociations et, ainsi, le statut de Membre implique un équilibre des droits et obligations. Plus de 20 pays mènent actuellement des négociations en vue de leur accession. Au cœur de l'Organisation se trouvent les Accords de l'OMC, négociés et signés par la plupart des nations commerçantes de la planète et ratifiés par leurs parlements.

De plus, l'OMC est dirigée par les gouvernements qui en sont membres. Toutes les grandes décisions sont prises par l'ensemble des Membres, soit au niveau des ministres (qui se réunissent

normalement au moins tous les deux ans) soit au niveau des ambassadeurs ou des délégués (qui se rencontrent régulièrement au siège de l'OMC, à Genève). Les décisions sont normalement prises par consensus¹.

B. Rôle et objectif :

L'OMC a de nombreux rôles : elle administre un système mondial de règles commerciales, elle sert de cadre pour la négociation d'accords commerciaux, elle règle les différends commerciaux entre ses Membres et elle répond aux besoins des pays en développement.

En outre, son premier objectif, tel qu'il est énoncé dans l'accord fondateur de l'Organisation, est d'utiliser le commerce comme un moyen d'améliorer le niveau de vie des populations, de créer des emplois, de promouvoir un développement durable et d'assurer l'ouverture du commerce dans l'intérêt de tous².

2. Les Accords Commerciaux Multilatéraux :

Le multilatéralisme est un phénomène récent, guère antérieur au XXe siècle et quelque peu méconnu. Il est d'abord un concept à la fois théorique et historique³, il est aussi un mode de coopération et d'action, ainsi qu'un type d'organisation et d'instrument institutionnelle⁴.

Il a pris un véritable essor après la création, en 1919, de la Société des Nations (multilatéralisme bancal qui ne comprenait pas toutes les grandes puissances) et de l'organisation internationale du Travail⁵.

Désigné auparavant par les expressions « action collective » ou « action concertée » Il faudra attendre l'après Seconde Guerre mondiale pour que le terme même de « multilatéralisme » se

¹ « L'organisation mondiale du commerce : Qui sommes nous ? »

https://www.wto.org/french/thewto_f/whatis_f/who_we_are_f.htm, Consulté le 30/12/2024 (18:48).

² « L'organisation mondiale du commerce : Qu'est-ce que l'OMC ? »

https://www.wto.org/french/thewto_f/thewto_f.htm, Consulté le 30/12/2024 (18:29).

³ KNIGHT (W. Andy) :« *A Changing United Nations – Multilateral Evolution and the Quest for Global Governance* », Palgrave, Londres, 2000, p01.

⁴ HARBI (Lydia) :« *L'impact de l'accord d'association entre l'Algérie et l'Union européenne sur le commerce extérieur de l'Algérie ETUDE DE CAS : Ministère du commerce* », Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de Master en sciences commerciales, Option : Affaires Internationales, EHEC Alger, 2018, p17.

⁵ Ibid.

répande. Le mot apparaît dans le vocabulaire américain pour définir le nouveau système économique et financier construit à Bretton Woods¹, et dans le cadre des accords du GATT².

Selon le dictionnaire de la science politiques et des institutions politiques : « *le multilatéralisme tend à définir un système mondial de coopération dans lequel chaque Etat cherche à promouvoir des relations avec tous les autres plutôt que de donner la priorité aux actions unilatérales ou bilatérales jugées dangereuses ou déstabilisantes* »³.

Le multilatéralisme renferme donc une grande variété de situations internationales et d'acteurs⁴. En fait, il signifie bien plus qu'une simple méthode de coopération : non seulement c'est un moyen de régulation du système international, une méthode d'institutionnalisation de la société internationale, une méthode de négociation, une méthode d'action, mais en outre, il s'accompagne d'un système de valeurs (principalement universelles) fonde sur les principes de la Charte des Nations Unies⁵.

3. Les barrières tarifaires et non-tarifaires :

A. Les barrières tarifaires :

Les barrières tarifaires désignent principalement les droits de douane appliqués à l'entrée des biens et services étrangers sur le territoire d'un pays.

Les tarifs douaniers sont définis par la Direction Générale des Douanes comme une référence pour déterminer les droits et taxes applicables aux marchandises importées ou exportées, en fonction de leur classification précise. C'est une liste exhaustive de produits de toutes natures, énumérés dans un certain ordre, établie selon la législation interne de chaque pays pour la perception des droits et taxes, reposant sur le Système Harmonisé de Désignation et de Codification des Marchandises.

On peut dire que les barrières tarifaires ne sont plus un outil de protectionnisme utilisé par les pays industrialisés (sauf cas particuliers) mais restent une arme pour les pays en développement.

¹ Les Accords de Bretton Woods constituaient un système de gestion monétaire qui établit le dollar US Comme monnaie de réserve mondiale. L'objectif principal de l'accord était d'obtenir une stabilité économique pour les principales puissances économiques du monde.

² SMOUTS (Marie-Claude) :« *Les Organisations internationales* », A. Colin (coll. Cursus), Paris, 1995, p29.

³ HERMET (Guy), BADIE (Bertrand), BIRNBAUM (Pierre) et BRAUD (Philippe) :« *Dictionnaire de la science politique et des institutions politiques* », A. Colin, Paris, 1998, p174.

⁴ MULDOON (James), AVIEL (Joann Fagot) and REITANO (Richard) :« *The New Dynamics of Multilateralism, Diplomacy, International Organizations, and Global Governance* », Routledge, 2010.

⁵ HARBI (Lydia), Op.cit., p18.

Notons également que les barrières diffèrent selon le type de produits échangés. Ces deux considérations sont à prendre en compte lorsqu'une entreprise souhaite exporter ses produits ou services à l'étranger.¹

B. Les barrières non-tarifaires :

On remarque une transformation des mesures douanières qui évoluent progressivement vers un système plus implicite et caché appelé barrières non tarifaires. Les mesures non tarifaires se définissent comme l'ensemble des actions visant à réduire l'importation dans un pays donné.² On peut classer les barrières non tarifaires en trois types :

▪ Les restrictions quantitatives :

- **Les quotas ou contingentements** servent à restreindre les volumes d'importation sur une période déterminée. Ce type de barrière non tarifaire est l'un des plus anciens et des plus couramment utilisés.

- **Les accords commerciaux bilatéraux** incluant des droits compensatoires entraînent une limitation volontaire des exportations entre les pays signataires. En contrepartie, des avantages sont accordés pour compenser cette restriction. Bien que ce procédé soit strictement interdit par l'OMC, il arrive qu'un pays impose ses conditions lors des négociations, obligeant les autres à s'y conformer dans l'espoir d'obtenir ces compensations.

▪ Les mesures monétaires, financières, fiscales et budgétaires :

- **Les subventions ou les monopoles nationaux** constituent un frein majeur à l'ouverture et à l'accès à un marché. Par exemple, en soutenant massivement son agriculture, l'Europe limite les importations en provenance des pays en développement, en particulier des économies émergentes, où le secteur primaire joue un rôle central.

- **Les dépôts préalables et les licences d'importation** sont des mesures de régulation du commerce. Le dépôt préalable impose le paiement anticipé d'une partie des importations, ce qui peut poser problème en période de forte inflation. La licence d'importation, quant à elle, exige une autorisation payante pour pouvoir importer un produit spécifique.

- **Les taxes diverses**, bien qu'assimilables à des systèmes tarifaires, reposent sur une logique différente. Elles s'ajoutent aux coûts variables des marchandises et sont justifiées par une politique douanière visant à corriger un déséquilibre identifié par le pays.

¹ DOREAU (Marie), BARTHELET (Benjamin) et SIBIEUDE (Mathieu) :« *Les Barrières Tarifaires et Non Tarifaires : Une Entrave Au Commerce International* », ES LAVAL - Faculté des sciences de gestion, 2004, p03.

² Ibid., p07.

C'est le cas des taxes **anti-dumping**. Ces mesures entendent résoudre le problème des pays dont le faible coût de la main-d'œuvre explique que le prix des produits importés est largement inférieur à celui pratiqué sur le marché domestique. Dans ce cas, on relève le prix de vente sans que la marge de l'importateur augmente.

▪ **Les mesures administratives :**

- **Les marchés réservés** interdisent aux entreprises étrangères d'exporter leurs produits lorsqu'ils concernent un secteur spécifique. Ainsi, seuls les acteurs nationaux peuvent opérer sur ce marché.
- **Les normes et réglementations** sont devenues un outil de protectionnisme très répandu. Ces dernières années, leur usage a fortement augmenté, en particulier dans les pays développés.
- **Les obligations administratives ou pratiques spécifiques** constituent une forme de protectionnisme souvent subjective et peu définie. Elles imposent des contraintes réglementaires à un pays ou à une catégorie de produits afin de compliquer leur importation.

En somme, l'analyse des principes du commerce international révèle la complexité et l'interdépendance des flux commerciaux dans l'économie mondiale contemporaine. Des théories classiques aux indicateurs modernes de performance, en passant par l'importance croissante de l'environnement des affaires, nous avons pu établir un cadre théorique cohérent pour comprendre les dynamiques du commerce international. Le rôle des institutions internationales, particulièrement l'OMC, revêt une importance centrale dans la régulation de ces échanges. Cette approche théorique et institutionnelle s'avère essentielle pour évaluer les défis et opportunités qui s'offrent aux économies en développement comme l'Algérie dans leur processus d'intégration aux marchés internationaux, principalement celui de l'Europe.

Section 02 : Les Accords Commerciaux Régionaux

Les Accords Commerciaux Régionaux (ACR) occupent une place prépondérante dans le système commercial mondial, agissant en complément des règles établies par l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC). Ces accords, qu'ils soient bilatéraux ou plurilatéraux, visent à renforcer l'intégration économique entre les États membres et à promouvoir la libéralisation des échanges.

Avec une augmentation notable du nombre d'ACR et une extension de leur portée, ces accords soulèvent des enjeux importants concernant leur impact sur le commerce international. Tout en permettant un traitement préférentiel entre partenaires, ils doivent également respecter les principes fondamentaux de l'OMC¹, ce qui pose des défis et offre des opportunités pour les économies régionales et mondiales.

I. Généralités sur les Accords Commerciaux Régionaux :

Dans la terminologie de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), les Accords Commerciaux Régionaux (ACR) sont des accords commerciaux réciproques, bilatéraux ou plurilatéraux, qui sont reconnus et régis par l'article XXIV de l'Accord Général sur les Tarifs douaniers et le Commerce (GATT), par l'article V de l'Accord Général sur le Commerce des Services (AGCS) et dans le cas plus particulier des accords entre pays en développement, par la Clause d'habilitation.

Le système de l'OMC ne reconnaît que deux catégories d'ACR : les unions douanières et les zones de libre-échange. L'article XXIV spécifie également qu'ils doivent porter sur l'essentiel du commerce, favoriser la libéralisation du commerce, ne pas opposer d'obstacles aux autres membres, et être notifiés à l'OMC².

1. Base de données de l'OMC sur les ACR :

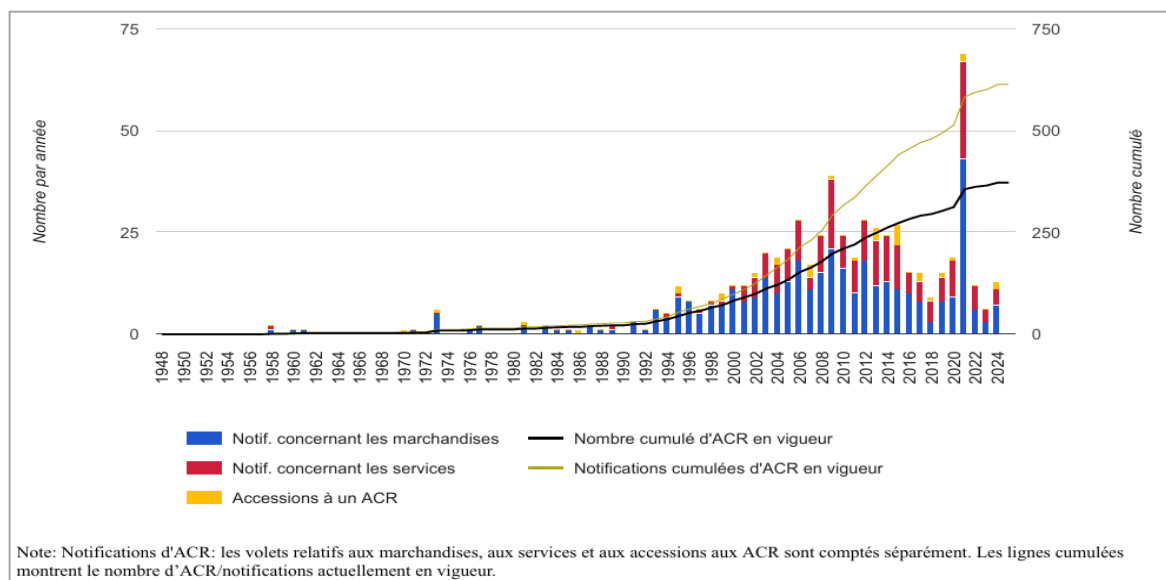
▸ Depuis la mise en place du GATT en 1948, puis la création de l'OMC en 1995, les ACR ont été des instruments clés pour favoriser l'intégration économique et les échanges internationaux.

¹ « OMC | Accords commerciaux régionaux - portail », https://www.wto.org/french/tratop_f/region_f/region_f.htm, Consulté le 06/01/2025 (16:30).

² DEBLOCK (Christian) :« *Les nouveaux accords commerciaux régionaux* », Revue québécoise de droit international, 2021, p324-325.

Ces accords couvrent divers domaines, notamment le commerce des marchandises, les services et les accessions. Selon les données les plus récentes du Secrétariat de l'OMC, au 4 janvier 2025, on dénombre 373 ACR en vigueur, illustrant leur prolifération au fil des décennies.

Figure N° I.1 : ACR actuellement en vigueur (par année d'entrée en vigueur), 1948-2025.



Source : Base de données de l'OMC - <https://rtais.wto.org/UI/charts.aspx> - Consulté le 04/01/2025 (14:56).

Commentaire : La figure présente l'évolution cumulative et annuelle des ACR en vigueur depuis 1948 jusqu'à 2025. Le nombre d'accords est resté relativement modeste de 1948 jusqu'au début des années 1990. À partir de cette période, coïncidant avec l'entrée en vigueur de l'Accord de Marrakech et la création de l'OMC en 1995, on constate une accélération significative, avec une augmentation particulièrement marquée après 2000.

Deux pics notables attirent l'attention :

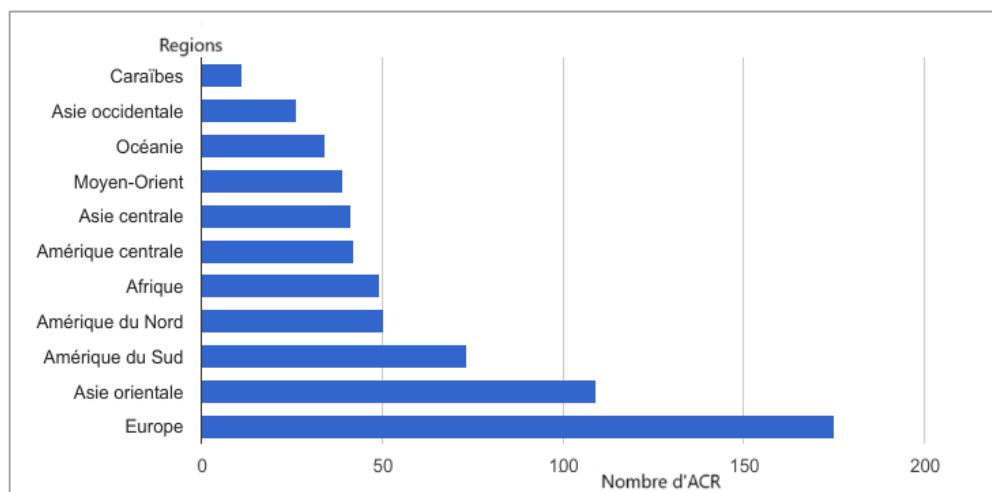
- **2008-2010** : Cette hausse coïncide avec la crise financière mondiale, qui a poussé de nombreux pays à renforcer leur coopération régionale pour stabiliser leurs économies¹.
- **2020-2022** : Ce pic reflète la réponse des États aux perturbations causées par la pandémie de COVID-19, notamment en favorisant des accords facilitant les échanges régionaux et intégrant des dimensions numériques et sanitaires. (D'après les rapports de l'OMC sur la COVID-19 et le commerce mondial).

¹ « Dix ans après la crise, où en est le commerce mondial | vie-publique.fr », Publié le 28/01/2019, <https://www.vie-publique.fr/parole-dexpert/20335-dix-ans-apres-la-crise-ou-en-est-le-commerce-mondial>, Consulté le 04/01/2025 (15:10).

Cette augmentation substantielle des ACR reflète la tendance mondiale vers une intégration économique régionale accrue, tout en complétant le système commercial multilatéral de l'OMC.

▸ Les ACR jouent ainsi un rôle essentiel dans la facilitation des échanges internationaux. Leur répartition à travers les différentes régions du monde offre un aperçu précieux sur le degré d'intégration commerciale régionale et sur la dynamique des relations économiques entre pays.

Figure N° I.2 : ACR en vigueur (participation par région), en 2025.



Source : Base de données de l'OMC - <https://rtais.wto.org/UI/charts.aspx> - Consulté le 04/01/2025 (15:44).

Commentaire : L'Europe se démarque par un nombre élevé d'Accords Commerciaux Régionaux, reflétant un niveau d'intégration économique avancé et une volonté forte de collaboration régionale. À l'inverse, des régions comme l'Océanie et l'Asie centrale montrent une participation plus limitée, ce qui peut s'expliquer par des facteurs géopolitiques ou économiques spécifiques. L'Amérique du Nord, bien qu'ayant un nombre d'accords plus modéré, bénéficie de l'impact significatif d'accords majeurs comme l'USMCA. L'Afrique, avec un nombre intermédiaire d'accords, se positionne comme une région en pleine transformation grâce à des initiatives comme la ZLECAf, visant à renforcer les liens commerciaux sur le continent. Cela souligne l'interconnexion croissante des économies mondiales et la tendance vers des accords commerciaux multi-régionaux.

2. Les défis et les opportunités liés à l'intégration régionale :

A. Les défis majeurs¹ :

¹ VOIGHT (Lisa), RAKATOMALA (Dominique), et VOAHANITRINIAINA (Rabary-Andriamanday) :« *Guide Facile : Intégration Régionale* », Friedrich-Ebert-Stiftung, Antananarivo, Madagascar, 2008.

L'intégration régionale est un processus complexe qui vise à unir des États membres autour d'objectifs économiques et politiques communs à travers des accords commerciaux régionaux. Cependant, elle est confrontée à divers défis :

- **Disparités économiques** : Les États membres d'une entité régionale n'ont pas les mêmes niveaux de développement économique. Cela peut créer des déséquilibres où des pays plus petits ou moins développés doivent s'assurer que leurs intérêts sont représentés lors des négociations pour éviter d'être marginalisés.
- **Abolition des barrières commerciales** : La suppression des barrières commerciales peut entraîner une concurrence accrue. Par exemple, si un pays utilise des méthodes de production plus efficaces, les producteurs d'un autre pays pourraient être incapables de rivaliser, conduisant à une saturation du marché par des produits importés moins chers.
- **Financement de l'intégration** : Le processus d'intégration nécessite un investissement financier important avant que les États membres ne commencent à en tirer des bénéfices. Les cotisations des États peuvent ne pas suffire à couvrir les coûts de fonctionnement des institutions communes nécessaires à l'intégration.
- **Nécessité d'institutions efficaces** : Pour que l'intégration soit efficace, il est essentiel de disposer d'institutions dotées de prérogatives claires et de moyens adéquats. Ces institutions doivent être bien financées¹ et accessibles pour assurer une mise en œuvre efficace des politiques d'intégration.
- **Barrières non tarifaires** : Malgré les engagements envers la libre circulation des marchandises, certains États peuvent imposer des obstacles sous forme de barrières non tarifaires². Il est crucial d'avoir une instance indépendante pour juger de la légitimité de ces mesures et garantir qu'elles respectent le principe de proportionnalité.

B. Les opportunités majeures :

Les ACR offre notamment plusieurs opportunités majeures pour les pays participants³ :

- **Création d'un marché plus vaste** : L'intégration régionale permet aux producteurs de vendre leurs marchandises non seulement dans leur propre pays, mais aussi à l'échelle

¹ PASCAL (Lamy) : « *Intégrations régionales en Afrique : ambitions et vicissitudes* », Notre Europe, Paris, 2010, p23.

² MAYANGUI (Geslin Morel Mboukou) : « *Les principaux obstacles aux échanges commerciaux intra-régionaux en Afrique Centrale : cas de la Communauté Économique et Monétaire de l'Afrique Centrale (CEMAC)* », Mémoire de maîtrise en administration publique, concentration-Administration internationale, École nationale d'administration publique (ENAP), Canada, 2019, p70.

³ VOIGHT (Lisa), Op.cit.

régionale, ce qui engendre des gains économiques significatifs en stimulant la production et les échanges commerciaux¹.

- **Concentration sur les avantages comparatifs** : Les pays tirent profit de l'échange en se spécialisant dans ce qu'ils produisent le mieux, augmentant ainsi l'efficacité globale et la rentabilité², ce qui favorise également l'innovation et la modernisation des infrastructures de production.
- **Baisse des prix pour les consommateurs** : Une concurrence accrue entre les producteurs, combinée à une augmentation de l'offre, peut entraîner une diminution des prix des marchandises, permettant ainsi aux consommateurs d'acheter davantage³.
- **Création d'emplois** : L'augmentation de la production dans un marché élargi entraîne une création d'emplois. Cela améliore les perspectives de revenus pour les travailleurs.
- **Établissement de normes communes** : L'intégration permet aux travailleurs de bénéficier de normes communes en matière de sécurité sociale, de droits des travailleurs et de conditions d'emploi minimales. L'adoption de clauses sociales consolide ces normes en liant l'accès à certains avantages commerciaux au respect des droits des travailleurs⁴. Cette approche améliore la protection sociale et facilite la mobilité au sein des États membres.
- **Réduction des dépenses administratives pour les États** : Une réglementation commune permet aux États de réduire leurs dépenses administratives, car ils n'ont plus à gérer seuls toutes les activités économiques. Les économies réalisées peuvent être réinvesties dans des infrastructures publiques comme des écoles et des hôpitaux.
- **Renforcement de la position politique** : Pour les petits pays ou ceux économiquement faibles, l'intégration régionale leur permet de parler d'une seule voix sur la scène internationale, renforçant alors leur position de négociation par rapport à des pays plus puissants⁵.

¹ PATEL (Mayur) : « *Fiche Technique N°4 : Intégration Régionale* », South Centre, Suisse, Mars 2007.

² RICARDO (David) : « *Des principes de l'économie politique et de l'impôt* », éd. Par Jean-Baptiste Say, trad. par F. S. Constancio, J. P. Aillaud, Libraire, Paris, 1819.

³ PATEL (Mayur), Op.cit.

⁴ Institut international d'études sociales Organisation Internationale du Travail : « *La dimension sociale des accords de libre-échange* », Organisation Internationale du Travail, Genève, 2013.

⁵ MANSFIELD (Edward. D) et MILNER (Helen. V) : « *Votes, Vetoes, and the Political Economy of International Trade Agreements* », Princeton University Press, 2012.

II. Les formes des Accord Commerciaux Régionaux :

Les Accord Commerciaux Régionaux (ACR) se présentent sous diverses formes. Au-delà d'une structure fondée sur une intention préalable d'établir des relations privilégiées entre certains États, la régionalisation peut également survenir spontanément, facilitée par la proximité géographique ou culturelle, ou par des liens historiques partagés¹.

Ci-dessous, nous présentons les formes les plus répandues des ACR, qui constituent souvent les différentes étapes d'un même processus d'intégration :

1. Régionalisation institutionnelle :

La régionalisation institutionnelle, également appelée régionalisation classique ou de jure, désigne une coopération entre pays géographiquement proches visant à éliminer progressivement les obstacles commerciaux et réglementaires dans une zone donnée. Elle repose sur des accords qui favorisent les échanges économiques² (biens, services, capitaux, investissements) et peuvent aller jusqu'à l'union monétaire, comme en Europe.

Ce type de régionalisation instaure une préférence régionale basée sur la réciprocité dans la suppression des barrières. Les formes d'intégration varient, allant de simples accords de libre-échange à des unions économiques et monétaires avancées, impliquant parfois une harmonisation des politiques intérieures et une mise en commun partielle de la souveraineté des États pour renforcer leur poids économique et politique à l'échelle mondiale³.

Le niveau d'intégration diffère selon les arrangements régionaux, qui se présentent sous sept formes principales : la zone d'échanges préférentiels, l'accord d'association, la zone de libre-échange, l'union douanière, le marché commun, l'union économique et monétaire, et ultérieurement l'union politique. Par exemple, l'Union européenne combine objectifs économiques et politiques communs, tandis que l'ALENA (actuellement ACEUM) se concentre principalement sur la libre circulation des biens et des capitaux.

A. Zone d'échanges préférentiels :

¹ HETTNE (Björn) et SODERBAUM (Fredrik) : « *Theorising the Rise of Regionness* », *New Political Economy* Vol 5, n° 3, Novembre 2000.

² « COURS 3 : Régionalisation, gouvernance et régulations internationales | Melchior », <https://www.melchior.fr/cours/complet/cours-3-regionalisation-gouvernance-et-regulations-internationales>, Consulté le 06/01/2025 (22:45).

³ HUGON (Philippe) : « *Analyse comparative des processus d'intégration économique régionale* », Série Rapports d'étude, Direction générale de la coopération internationale et du développement, Paris, 2001.

C'est un mécanisme au sein duquel les droits prélevés par les membres sur les importations de biens produits par les autres membres sont moins élevés que ceux qui s'appliquent aux importations de biens produits par des pays non membres, les membres fixent en toute indépendance les droits sur les importations provenant des non membres¹.

B. Accord d'association :

Les accords d'associations se rapprochent par leur contenu aux zones de libre-échange. Ce sont des accords de suppression des tarifs douaniers et non-douaniers et autres obstacles aux échanges, mais avec des dérogations. Ils sont considérés souvent comme des accords préliminaires pour l'établissement de zone de libre-échange. Un des exemples d'accord d'association est celui signé par l'Union Européenne avec chacun des pays de la rive sud de la Méditerranée.

C. Zone de libre-échange :

Contrairement aux accords d'association, un accord de libre-échange est fondé sur le principe de la réciprocité dans la libéralisation commerciale. C'est un groupement de plusieurs territoires douaniers dans lequel les pays membres s'engagent à démanteler toutes les barrières commerciales aux échanges entre eux, mais chacun conserve ses tarifs vis-à-vis du reste du monde. Ce contrôle tarifaire permet aux pays membres de la zone d'empêcher la transition de marchandises d'un territoire où les tarifs sont moins élevés vers un territoire de tarifs élevés.²

D. Union douanière :

L'union douanière représente un niveau d'intégration économique plus avancé que la zone de libre-échange. Elle implique la suppression des droits de douane et des restrictions commerciales entre les pays membres, tout en exigeant l'harmonisation des tarifs douaniers nationaux au sein de la zone. Cette harmonisation se traduit par l'adoption d'un tarif extérieur commun, ce qui permet d'éliminer les contrôles douaniers aux frontières internes de l'union.³

E. Marché commun :

¹ BEJI (Samouel) et OUESLATI (Adnen) : « *L'intégration financière régionale : quels impacts pour les pays en développement ?* », Techniques Financières et Développement N° 111, n° 2, 2013, p65.

² BOUGHIDENE (Rachid) : « *Les accords d'association euro-méditerranéens : Quel impact sur le développement ? Cas de l'Algérie* », Mémoire de Magister en Science Économique, Université Abderrahmane MIRA, Bejaïa, 2007, p33.

³ CALERO (Jean-Paul) : « *Le choix entre une zone de libre-échange et une union douanière : Causes et impacts de la crise péruvienne dans le pacte andin durant les années 1990* », Mémoire de maîtrise en Science Politique, Université du Québec, Montréal, 2007.

Un marché commun est un aboutissement d'une union douanière qui suppose la libre circulation parfaite des marchandises, et donc l'élimination des frontières fiscales et des obstacles techniques au commerce, et une libre circulation des facteurs de production (main d'œuvre et capital) entre les États membres¹.

De ce fait, le marché commun regroupe² :

- ✓ La zone de libre-échange, qui est caractérisée par la suppression des droits de douane et taxes ainsi que la suppression des restrictions quantitatives ;
- ✓ L'Union douanière qui vise à établir un tarif extérieur commun et règles de politique commerciale commune ;
- ✓ Le Marché intérieur (ou unique) qui favorise la libre circulation des marchandises, des services, des capitaux, des personnes et une concurrence libre.

F. Union économique et monétaire :

L'Union économique et monétaire (UEM) est une forme avancée d'intégration régionale dans laquelle les États membres adoptent une monnaie unique et coordonnent leurs politiques économiques, y compris les politiques budgétaire, fiscale, monétaire et sociale, afin d'assurer une croissance durable et une stabilité macroéconomique³. Elle repose sur une libéralisation approfondie des marchés, garantissant les quatre libertés (biens, services, capitaux, personnes) au sein de la zone, tout en libéralisant les mouvements de capitaux (investissements, marchés financiers) avec l'extérieur⁴.

Après avoir abordé les étapes précédentes qui se limitent toutes à la dimension économique, il s'agit en plus, maintenant, comme l'indique l'expression, de la dimension politique de l'intégration :

G. Union politique :

Dans une union politique, les pays membres créent des institutions communes qui prennent des décisions impliquant la responsabilité de tous les États membres dans des domaines politiques définis, tels que la politique de défense ou la politique étrangère, par exemple. Cela

¹ BARTHE (Marie-Annick) : « *Économie de l'union européenne* », Éditions Economica, Paris, 2006, p40.

² KACI (Nadjet) : « *Prolifération des accords commerciaux régionaux et l'organisation mondiale du commerce* », Thèse de Doctorat en Sciences Économiques, Université d'Oran 2, 2021, p59.

³ Conseil de l'Union européenne : « *Union économique et monétaire - Textes juridiques et politiques* », Office des publications de l'Union européenne, Luxembourg, 2014.

⁴ D'AVINO (Loredana) : « *Les mouvements de capitaux en union économique et monétaire : approches historiques et théoriques* », Thèse de doctorat, Université Bourgogne Franche-Comté, 2019.

signifie donc que les États membres cèdent certaines de leurs compétences de décision aux organes communautaires. Mais l'union politique ne signifie pas que les organes communautaires prennent en charge toutes les fonctions gouvernementales : en effet, dans ce cas, il s'agirait plutôt, non plus d'intégration régionale, mais de la création d'un nouvel État¹.

2. Régionalisation spontanée :

La régionalisation spontanée (ou de facto) est un processus d'intégration régionale qui se développe naturellement, sans accords institutionnels formels². Elle se caractérise par l'intensification naturelle des échanges commerciaux, des investissements transfrontaliers et parfois des flux migratoires entre pays voisins, créant une interdépendance économique de fait³.

Contrairement à la régionalisation institutionnelle, elle n'est pas le résultat d'une volonté politique ni d'une stratégie discriminatoire envers les pays tiers. Les relations commerciales se développent sans cadre formel comme une union douanière, et l'ouverture commerciale se fait tant au niveau intra-régional qu'inter-régional⁴.

L'exemple type est la région Asie-Pacifique, qui malgré quelques récentes initiatives institutionnelles, reste principalement une zone d'intégration spontanée⁵. Un autre exemple historique est celui des échanges entre les États-Unis, le Canada et le Mexique avant la création de l'ALENA (actuellement ACEUM).

▸ Voici un schéma qui illustre de manière synthétique les différentes formes d'Accords Commerciaux Régionaux précédemment définis, permettant de visualiser clairement la progression de l'intégration :

¹ VOIGHT (Lisa), RAKATOMALA (Dominique), et VOAHANITRINIAINA (Rabary-Andriamanday) :« *Guide Facile : Intégration Régionale* », Friedrich-Ebert-Stiftung, Antananarivo, Madagascar, 2008, p23.

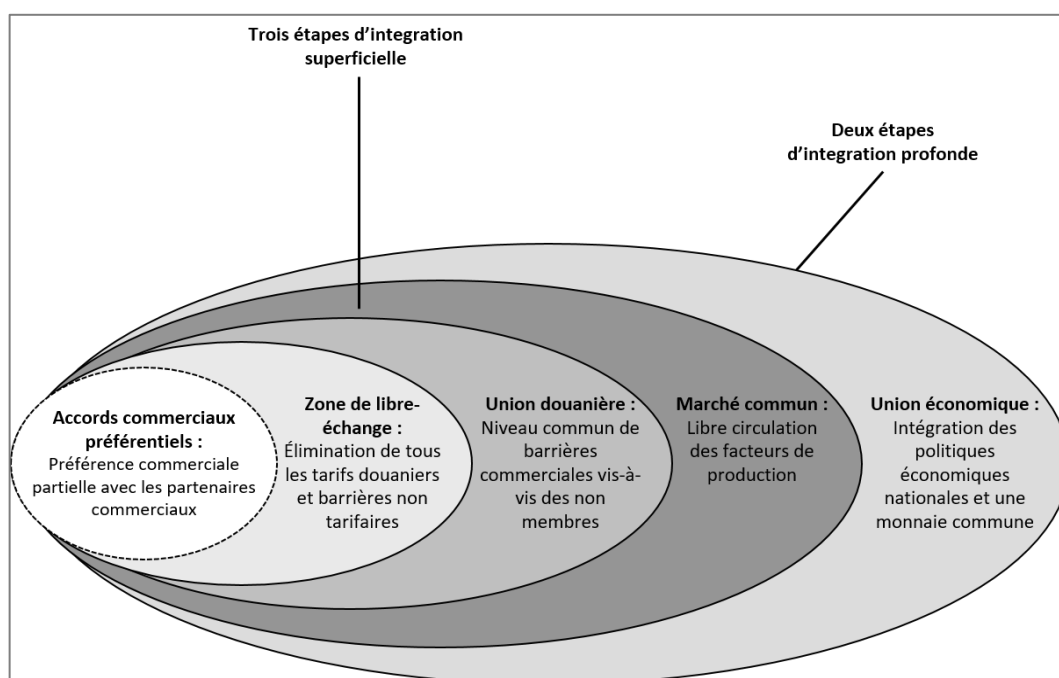
² CALENDIA :« *Du régionalisme de jure au régionalisme de facto : Histoire et trajectoire d'un demi-siècle d'intégration régionale en Afrique centrale* », Le calendrier des lettres et sciences humaines et sociales, Février 2020.

³ HETTNE (Björn), Op.cit.

⁴ BOUGHIDENE (Rachid), Op.cit.

⁵ FRANCOISE (Nicolas) :« *De Facto and De Jure Regional Economic Integration in East Asia: How do They Interact* », The Singapore Economic Review Vol 55, n° 1, 2010.

Figure N° I.3 : Les différentes formes d'Accords Commerciaux Régionaux.



Source : Parthapratim Pal, « Regional Trade Agreements in a Multilateral Trade Regime: An Overview », figure reprise de Dilip Das, « Regional Trading Agreements and the Global Economy: An Asia-Pacific Perspective », Asian Development Bank, Mars 2001.

(Traduction réalisée par les auteures).

3. Les grands accords du Commerce International :

Le principe du libre-échange, historiquement défendu par le GATT puis par l'OMC et renforcé par de nombreux accords internationaux, continue d'être le moteur du commerce mondial.

Depuis la signature du Traité de Rome en 1957, l'Union européenne a évolué de manière significative et compte désormais 27 membres (après le Brexit en 2020). Cependant, cette construction unique ne doit pas occulter l'existence et l'importance de multiples accords régionaux qui favorisent les échanges intra-zones, comme le RCEP en Asie-Pacifique ou l'ACEUM en Amérique du Nord¹.

▸ Le tableau suivant présente les principaux accords commerciaux en vigueur à travers le monde :

¹ LEGRAND (Ghislain) et MARTINI (Hubert) : « Commerce international : BTS », 2ème édition, Dunod, Paris, 2008, p02.

Tableau N° I.1 : Les grands accords du Commerce International.

Intégration Régionale	Type	Membres
UE (Union Européenne)	Union économique et monétaire.	27 pays (après le Brexit) : Allemagne, Autriche, Belgique, Bulgarie, Chypre, Croatie, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Irlande, Italie, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Malte, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Roumanie, Slovaquie, Slovénie, Suède, Tchéquie.
ACEUM (Accord Canada–États-Unis–Mexique)	Zone de libre-échange.	03 pays : Canada, États-Unis, Mexique.
ASEAN (Association des Nations de l'Asie du Sud-Est)	Zone de Coopération économique régionale.	10 pays : Birmanie (Myanmar), Brunei, Cambodge, Indonésie, Laos, Malaisie, Philippines, Singapour, Thaïlande, Vietnam.
MERCOSUR (Marché Commun du Sud)	Union douanière et marché commun.	04 pays : Argentine, Brésil, Paraguay, Uruguay.
GZALE (Grande Zone Arabe de Libre-Échange)	Zone de libre-échange.	18 pays : Algérie, Jordanie, Syrie, Emirats Arabes Unis, Bahreïn, Tunisie, Arabie Saoudite, Irak, Sultanat d'Oman, Qatar, Koweït, Liban, Libye, Egypte, Maroc, Soudan, Yémen, Palestine.
ZLECAf (Zone de Libre-Échange Continentale Africaine)	Zone de libre-échange.	54 pays Africains (ratifié par 47 en 2024). (Tous les pays africains sauf l'Érythrée).
CPTPP (Accord de Partenariat Transpacifique Global et Progressiste)	Accord de libre-échange.	12 pays : Australie, Brunei, Canada, Chili, Japon, Malaisie, Mexique, Nouvelle-Zélande, Pérou, Singapour, Vietnam, Royaume-Uni (depuis Décembre 2024).

<p>RCEP (Partenariat Économique Régional Global)</p>	<p>Zone de libre-échange.</p>	<p>15 pays : Les pays de l'ASEAN, Chine, Japon, Corée du Sud, Australie, Nouvelle-Zélande.</p>
<p>CAN (Communauté Andine des Nations)</p>	<p>Union douanière et marché commun.</p>	<p>04 pays : Bolivie, Colombie, Équateur, Pérou.</p>
<p>CCG (Conseil de Coopération du Golfe)</p>	<p>Union économique et politique.</p>	<p>6 pays : Arabie Saoudite, Émirats Arabes Unis, Qatar, Koweït, Oman, Bahreïn.</p>
<p>CARICOM (Communauté des Caraïbes)</p>	<p>Union économique et politique.</p>	<p>15 pays des Caraïbes : Antigua-et-Barbuda, Bahamas, Barbade, Belize, Dominique, Grenade, Guyana, Haïti, Jamaïque, Montserrat, Saint-Kitts-et-Nevis, Sainte-Lucie, Saint-Vincent-et-les-Grenadines, Suriname, Trinité-et-Tobago. 05 Membres associés : Anguilla, Bermudes, Îles Vierges britanniques, Îles Caïmans, Îles Turques-et-Caïques.</p>
<p>EAC (Communauté Est-Africaine)</p>	<p>Union douanière et Marché commun.</p>	<p>07 pays : Burundi, Kenya, Ouganda, Rwanda, Soudan du Sud, Tanzanie, République Démocratique du Congo.</p>
<p>COMESA (Marché commun de l'Afrique orientale et australe)</p>	<p>Zone de libre-échange.</p>	<p>21 pays : Burundi, Comores, Djibouti, Égypte, Érythrée, Eswatini, Éthiopie, Kenya, Libye, Madagascar, Malawi, Maurice, Ouganda, Rwanda, Seychelles, Soudan, Soudan du Sud, Tunisie, Zambie, Zimbabwe, République démocratique du Congo (RDC).</p>

Source : Établi par les auteures en s'inspirant des sites officiels des organisations (OMC, FMI, et autres).

En conclusion, les Accords Commerciaux Régionaux constituent des instruments essentiels pour promouvoir l'intégration économique et renforcer les relations commerciales entre les nations. Bien qu'ils offrent des opportunités significatives, telles que l'élargissement des marchés et la création d'emplois, ils posent également des défis, notamment en termes de disparités économiques et de coordination institutionnelle. À mesure que le commerce mondial évolue, les ACR continueront de jouer un rôle clé, nécessitant une coopération accrue entre les États pour maximiser leurs bénéfices tout en minimisant leurs inconvénients.

L'examen des principes fondamentaux du commerce international met en évidence la complexité et l'interconnexion des échanges économiques mondiaux. En s'appuyant sur des concepts traditionnels, tels que l'avantage comparatif, et en intégrant les outils contemporains d'évaluation de la performance commerciale, tout en tenant compte de l'impact du climat des affaires, un modèle théorique simplifié émerge pour appréhender les mécanismes des échanges internationaux. Les institutions mondiales, à l'image de l'OMC, jouent un rôle central dans l'encadrement et la promotion de ces échanges. Ces bases théoriques et institutionnelles sont essentielles pour comprendre les enjeux et les perspectives des pays en développement, comme l'Algérie, dans leur démarche pour accéder aux marchés internationaux, notamment européen.

Par ailleurs, les Accords Commerciaux Régionaux (ACR) se positionnent comme des leviers stratégiques pour stimuler l'intégration économique et renforcer les partenariats commerciaux entre les pays. Ils offrent des avantages notables, tels que l'accès à de nouveaux marchés, la génération d'emplois et le renforcement de la compétitivité. Toutefois, ils ne sont pas exempts de défis, notamment en ce qui concerne les inégalités économiques, la complexité de la coordination entre les parties prenantes et l'alignement sur les standards internationaux. Dans ce contexte, les ACR demeurent des instruments incontournables, nécessitant une collaboration approfondie entre les nations pour en optimiser les retombées positives tout en atténuant les déséquilibres potentiels.

Ainsi, la compréhension approfondie des mécanismes du commerce international et des ACR fournit une assise indispensable pour élaborer des stratégies efficaces permettant à l'Algérie de s'intégrer avec succès au marché européen et de tirer pleinement parti des opportunités offertes par une économie mondialisée.

Ce chapitre a donc posé les bases théoriques et conceptuelles indispensables pour aborder, dans les chapitres suivants, une analyse approfondie des relations commerciales entre l'Algérie et l'Union européenne. Il servira de fondation pour explorer les dimensions historiques, institutionnelles et pratiques de ces échanges, tout en identifiant les opportunités et les contraintes liés à l'accès des produits algériens au marché européen. Cette démarche permettra de mieux comprendre les enjeux actuels et de proposer des pistes de réflexion pour une intégration réussie dans un marché européen compétitif et exigeant.

Dans cette optique, le chapitre suivant s'intéressera spécifiquement à l'accord d'association entre l'Algérie et l'Union européenne, en mettant en lumière son contexte, son élaboration et ses implications économiques.

Chapitre II :
Zoom sur l'Accord
d'Association entre l'Algérie et
l'Union Européenne

Depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, nous assistons à des transformations profondes et à une redéfinition des relations commerciales internationales. La mondialisation économique s'impose comme une réalité incontestable, illustrée par la croissance exceptionnelle du commerce international qui dépasse systématiquement celle de la production mondiale. Parallèlement à ce multilatéralisme, un mouvement de régionalisation s'est développé, se manifestant par la multiplication significative des accords commerciaux. Dans ce contexte d'accélération du libéralisme économique, la régionalisation apparaît comme une réponse stratégique pour atténuer les risques potentiels liés à la mondialisation et comme un moyen de modifier ou de redéfinir les rapports de force dominants sur les marchés mondiaux¹. C'est pourquoi certains pays ont cherché à exploiter leurs affinités historiques, géographiques ou économiques pour créer des espaces intermédiaires autour d'intérêts communs ou de similitudes, permettant l'établissement de relations commerciales préférentielles.

L'Algérie à l'instar de ces pays, tentait, depuis plusieurs années, de mettre en place un ensemble des mesures, lui permettant d'effectuer une transition ordonnée vers une économie de marché, afin de s'insérer efficacement dans les flux d'échange internationaux.²

Dans le cadre d'une nouvelle stratégie de redéploiement international pour pallier les incidences d'une décennie de terrorisme, du rééchelonnement de la dette de programme d'ajustement structurel du FMI et de la redynamisation de sa politique étrangère, l'Algérie a conclu un accord d'association avec l'Union Européenne, le 22 avril 2002.³

Ce chapitre traite de l'accord d'association entre l'Algérie et l'Union européenne (UE), pierre angulaire des relations entre ces deux acteurs méditerranéens. Nous examinerons d'abord l'historique des relations Algéro-Européennes depuis les premiers accords post-indépendance jusqu'au Processus de Barcelone. Nous étudierons ensuite le contexte et les négociations qui ont mené à la signature de l'accord en 2002 et à son entrée en vigueur en 2005. Enfin, nous aborderons l'évolution de sa mise en œuvre ainsi que son contenu substantiel.

¹ KIROUANI (Lyes) et ZIDELKHIL (Halim) : « *Le volet agricole dans les accords d'association entre l'Algérie et l'UE* », Journal of Advanced Economic Research Vol 05, n° 02, Juin 2020.

² ZIAD (M'hamed) et KHALDI (Ali) : « *L'impact du partenariat euro-méditerranéen sur l'économie algérienne* », Revue des Réformes Économiques et Intégration en Économie Mondiale Vol 13, n° 03, 2019, p02.

³ BOULANOUAR (Messaouda) : « *Pour une refondation de l'association économique et commerciale entre l'Algérie et l'Union Européenne* », Journal of Science and Knowledge Horizons Vol 04, n° 02, Décembre 2024.

Section 01 : Historique de l'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne

Depuis la fin des années 90 les politiques économiques ont essentiellement pour objectif de transformer l'économie algérienne centralisée à une économie libérale ouverte. Cela se traduit par la volonté des pouvoirs publics d'intégrer l'économie mondiale, et la signature de l'accord d'association avec l'Union Européenne.¹

L'Algérie a les potentialités d'un pays émergent et la réalité d'un PMA (Pays les Moins Avancés) ; évoluant dans l'aire d'influence de l'UE avec laquelle elle réalise plus de la moitié de son commerce extérieur dont les 2/3 avec les trois pays de l'arc latin (Espagne, France, Italie)² dans le cadre d'un accord d'association. Cet accord représente l'aboutissement d'un processus de rapprochement progressif entre les deux parties, tout en marquant le début d'une nouvelle ère de coopération renforcée.

Cette section examine l'évolution de ces relations en trois temps : d'abord, les fondements historiques des relations Algérie-UE depuis l'indépendance algérienne, notamment à travers les premiers accords de coopération ; ensuite, le contexte et les négociations ayant mené à l'accord d'association ; enfin, les évolutions et révisions de l'accord, reflétant l'adaptation continue du partenariat aux nouvelles réalités économiques et géopolitiques.

I. Historique des Relations entre l'Algérie et l'UE :

Depuis les années 1970, les relations entre l'Algérie et l'Europe se sont structurées autour d'accords renouvelés à plusieurs reprises. Ces accords s'inscrivaient dans le cadre de la politique méditerranéenne de l'Union européenne, qui avait une approche globale. Ils combinaient divers instruments d'action visant à soutenir le développement économique et social de l'Algérie.

1. Accords de Coopération de 1976 :

A la veille de l'élargissement de l'UE de 6 à 9 pays, avec l'adhésion de la Grande Bretagne, du Danemark et l'Islande, le sommet européen de Paris de 1972, a défini une politique « d'Approche Globale Méditerranéenne » (AGM), l'élargissement devait changer la nature des

¹ MESBAHI (Fatima Zahra) :« *Trade between Algeria and the European Union* », Finance and Business Economies Review Vol 03, n° 04, 31 Janvier 2020, p03.

² Ibid.

relations établies avec la CEE (Communauté Economique Européenne) et ses partenaires maghrébins.¹

C'est dans cette perspective que les accords de coopération, signés en Avril 1976 avec le Maghreb (l'Algérie, la Tunisie et le Maroc) sont considérés comme étant le premier jalon de cette politique euro-méditerranéenne. Cet accord est important car il porte sur des domaines aussi variés que les échanges commerciaux, la coopération technique et financière et la politique sociale.²

L'objectif de cet accord était la promotion des échanges entre l'Algérie et la Communauté Economique Européenne fondée essentiellement sur les échanges agricoles et industriels et permettant aux produits algériens d'être plus présent sur le marché européen.³ De manière concrète, cet objectif se manifeste par l'absence de réciprocité dans les concessions tarifaires accordées par la Communauté Européenne.

La durée de cet accord est illimitée dans le temps, sauf pour le protocole financier qui est limité à cinq ans. De manière générale, ces accords présentent trois aspects essentiels, un aspect commercial, un aspect financier et économique et enfin un aspect social.⁴

Le tableau suivant représente les aides financières accordées par la CEE à l'Algérie dans le cadre des protocoles financiers relatifs à l'Accord de Coopération de 1976 à 1996.

Tableau N° II.1 : Sommes allouées par la CEE à l'Algérie dans le cadre des protocoles financiers accompagnant l'accord de coopération (1976-1996).

Protocole	Le montant des ressources budgétaires de la communauté (million d'euro)	Ressources propres de la BEI ⁵ (million d'euro)	Total du montant du protocole (million d'euro)
1^{er} protocole (1976-1981)	44	70	114
2^{ème} protocole (1981-1986)	44	107	151

¹ M'HAMSDJI (Nachida) et BOUZIDI :« 5 essais sur l'ouverture de l'économie algérienne », ENAG/Editions, Alger, 1998, p111.

² Ibid.

³ Revue de la douane, N°20, 1995, p18.

⁴ HARBI (Lydia) :« L'impact de l'accord d'association entre l'Algérie et l'Union européenne sur le commerce extérieur de l'Algérie ETUDE DE CAS : Ministère du commerce », Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de Master en sciences commerciales, Option : Affaires Internationales, EHEC Alger, 2018, p44.

⁵ La Banque Européenne d'Investissement (BEI) est l'institution financière de l'Union européenne. Elle finance les politiques européennes en empruntant des fonds sur les marchés des capitaux.

3^{ème} protocole (1986-1991)	56	183	239
4^{ème} protocole (1991-1996)	70	280	350

Source : Rapport d'information N 2367- Délégation UE 1995, p26.

2. Accord d'Adaptation de 1987 :

Cet accord, signé le 20 mai 1987, a accompagné l'élargissement de l'UE au Portugal et à l'Espagne dont les produits sont potentiellement concurrents de ceux qu'exporte l'Algérie. Il s'agit des mêmes gammes de produits agricoles (fruits et légumes). Afin de s'adapter à cette nouvelle situation, l'UE a pris l'engagement de maintenir les importations traditionnelles en provenance de l'Algérie.¹

Ces accords d'adaptations signés avec les trois pays du Maghreb sont assortis des restrictions suivantes :

- Calendriers d'importations auxquels les réductions tarifaires sont octroyées seulement pendant certaines périodes de l'année.
- Clause de sauvegarde qui vise à protéger les producteurs de la Communauté en cas de perturbation du marché de la CEE.
- Définition de l'origine des produits importés dans la CEE.
- Degré d'autosuffisance de la CEE.
- Prix de référence communautaire pour les produits sensibles visés par la politique agricole commune pour protéger les producteurs de la CEE.
- Mesures antidumping.²

3. Initiative du Processus de Barcelone (1995) :

Le renforcement de coopération entre les pays méditerranéens a été marqué par une nouvelle forme de partenariat « le partenariat Euro-Méditerranéen ». C'est en Juin 1992, lors du Conseil Européen de Lisbonne, que l'UE a décidé de ce renforcement des liens entre les deux régions, ce partenariat a véritablement démarré lors de la Conférence Ministérielle Euro-Méditerranéenne de Barcelone.³

¹ Revue de la douane, N°20, 1995, p20.

² AYADI (Manal) : « L'impact de la dynamique de l'intégration régionale sur l'économie algérienne Etude de cas : Accord d'association entre l'Algérie et l'Union Européenne », Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de Licence en sciences commerciales, Option : Affaires Internationales, EHEC Alger, 2012, p40.

³ Institut Catala de la méditerranée, forum civil Euromed : « Vers un nouveau scénario de partenariat euro-méditerranéen », Généralités de Catalogne, 1996.

La Conférence Euro-Méditerranéenne des Ministres des Affaires Etrangères qui s'est tenue à Barcelone les 27 et 28 Novembre 1995 a inauguré le partenariat euro-méditerranéen, un large cadre de relation politique économique et sociale entre les quinze états membres de l'UE et douze partenaires de la région méditerranéenne (Algérie, Tunisie, Turquie, Chypre, Israël, Jordanie, Liban, Egypte, Malte, Maroc, Syrie, Territoires Palestiniens). Ils ont fixé trois principaux objectifs dans cette déclaration ¹ :

1. Création d'une zone commune de paix et de stabilité fondée sur le renforcement du dialogue sur le plan de la politique et la sécurité.
2. La construction d'une zone de prospérité partagée par l'instauration progressive d'une zone de libre-échange et d'un partenariat économique et financier.
3. Le rapprochement entre les peuples par le biais d'un partenariat social, culturel et humain, entre les sociétés civiles.

Si on compare les accords de coopération des années soixante-dix, les accords d'association renferment plus d'une innovation, le domaine de coopération est plus étendu, un cadre général du « dialogue politique » apparaît. Les aspects commerciaux font l'objet de profonds changements, car il s'agit de mettre en une zone de libre-échange au lieu d'un régime préférentiel non réciproque, qui a pu être concédé par des accords de coopération et prévoit des incitations indirectes aux échanges, il en est ainsi du droit d'établissement et aux services, de l'obligation de prévoir un régime efficace de protection des droits de propriété intellectuelle et commerciale.²

Dans le cadre financier, de 1995 à 2006, la Commission, en collaboration avec chacun des pays partenaires méditerranéens, élaborait des programmes d'aide à la transition économique, financés au titre de MEDA (Mesures d'Accompagnement financières et techniques). Les bénéficiaires des financements pouvaient être les États, les régions, les autorités locales, les organismes publics, et les organisations non gouvernementales. MEDA I était doté de 3,435 milliards d'euros pour la période 1995-1999. En juillet 2005, l'évaluation des programmes réalisée par des experts indépendants, à la demande de la Commission Européenne, a montré que, compte tenu notamment de la complexité des procédures, le rapport entre les paiements et les engagements n'avait été que de 28,6 % (soit 875 millions d'euros réellement attribués). De

¹ Ibid.

² Communiqué de presse de la commission européenne : « *L'Europe élargie- Voisinage ; un nouveau cadre propose pour les relations avec les voisins orientaux et méridionaux de l'UE* », IP/03/358, Bruxelles, 2003, p04.

2000 à 2006, les montants mis à la disposition des PPM (Pays Partenaires Méditerranéens) via MEDA II s'élevaient à 5,35 milliards d'euros.¹

II. Contexte et Négociations de l'Accord d'Association Algérie-UE :

1. Motivations des parties :

L'accord d'association Algérie-UE trouve ses sources dans un accord global : l'accord euro-méditerranéen, qui regroupe les pays de la rive Nord et ceux de la rive Sud. Ce dernier, définit une nouvelle catégorie juridique de conventions dans le droit international, par lequel, l'UE et tous les pays riverains de la méditerranée pensent à une stratégie commune imposée par la Conférence de Barcelone 1995.²

L'idée d'un partenariat Euro-méditerranéen débute avec un partenariat Europe-Maghreb comme le précise la onzième Commission Européenne dans une communication du 30 avril 1992 sur l'avenir des relations entre la Communauté et le Maghreb. Cette communication souligne la nécessité, pour l'Europe, d'aller au-delà de sa politique Méditerranéenne rénovée (PMR) pour signer un contrat régional conduisant à un partenariat Euro-Maghreb et à l'établissement d'une zone de libre-échange.³ L'Algérie, à cette période, souffrait de menaces terroristes, d'insécurité et d'instabilité. La question se pose alors : comment l'Algérie pourrait-elle se libérer de cette situation pour collaborer avec l'UE dans une nouvelle ère, alors que toutes les couches de la société subissaient des actions de destruction massive d'une ampleur et d'une intensité particulières à ce moment-là ?⁴

La décision de l'Union européenne d'établir des relations privilégiées avec les pays de la rive Sud se concrétise par la signature d'accords d'association, notamment l'Accord d'association entre l'Algérie et l'UE, qui contribue au développement économique et social dans un contexte régional marqué par des défis sécuritaires. Dès lors, l'Algérie œuvre pour bénéficier du soutien de l'UE en s'appuyant sur une coopération structurée tel que l'accord d'association. Cet accord

¹ MAGNAN-MARIONNET (F), CONTAMINE (P) et BONZOM (P) : « *Le partenariat Economique et financier euro- méditerranéen* », Bulletin de la Banque de France, n° 168, 2007, p38.

² LATTOUF (Ziad) : « *Les droits de l'homme au centre de l'accord d'association Algérie-Union Européenne comme un enjeu Euroméditerranéen de bon voisinage* », Université Panthéon-Assas, Centre Thucydide, 2008, p01.

³ BALTA (Paul) : « *MEDITERRANEE, Défis et enjeux* », Les cahiers de Confluences, L'Harmattan, 2000, p168-169.

⁴ Rapport Annuel 1997 : « *Observatoire National Des Droits de l'Homme* », Alger, 3eme trimestre, 1998, p22-24.

entend respecter les règles des droits de l'Homme comme des valeurs morales nécessaires au renforcement¹ de leurs liens historiques, ainsi qu'à la relance économique nationale.²

D'autre part, une nouvelle ère économique s'est imposée, et la mondialisation a donné au monde une nouvelle configuration, rendant nécessaire la constitution de regroupements régionaux. Cette dynamique d'intégration régionale représente pour l'Algérie et l'Union européenne une réponse stratégique aux défis économiques contemporains. Elle leur permet de renforcer leur position respective dans l'économie mondiale et de créer des synergies dans des secteurs prioritaires de développement. L'Algérie s'est déjà tournée vers l'économie de marché depuis le début des années 1990. Toutefois, elle s'est heurtée à des difficultés pour s'adapter pleinement à l'économie libérale, notamment en matière de réformes et d'ajustements économiques.³

À cet effet, il fallait accompagner ces réformes par la conclusion de nouveaux accords bilatéraux et multilatéraux avec les pays pouvant permettre à l'Algérie d'instaurer les principes de l'économie de marché. À ce titre, l'Union européenne, de par sa position géographique, sa proximité, la doctrine des uns et des autres en matière de produits et de services, ainsi que le poids de ses liens historiques avec l'Algérie, était l'institution régionale la plus indiquée.⁴

2. Cadre de négociations (1993-2001) :

Poursuivant les efforts d'ouverture de son économie, l'Algérie demandait le 11 octobre 1993 officiellement l'adhésion au partenariat et la négociation d'un accord d'association. A l'issue de quatre rounds des discussions exploratoires le 17 juin 1994 à Alger, le deuxième round à Bruxelles le 8 novembre 1994, le troisième round à Bruxelles le 11 septembre 1995, et le dernier round à Alger le 10 février 1996, la commission a adopté en avril 1996 un projet de

¹ Communication de la Commission au Conseil et au Parlement Européen sur le renforcement de la politique Méditerranéenne de l'Union Européenne, établissement du P.E.M, 19 Octobre 1994 (Com/94/427), Bull. UE, Supplément 2/95, p11. Mots de l'UE propositions pour la mise en œuvre d'un Partenariat Euro-Méditerranéen, 8 Mars 1995 (Com (95)72), Bull U.E supplément 2/95, p32.

² SID AHMED (Abdelkader) :« *Perspective pour le Partenariat Euro-Maghrébin* », Panoramiques Politiques Cultures et Sociétés, Marier le Maghreb à l'Union Européenne, Édition panoramique Corolet,1999, p90.

³ HAOUCHINE (Amel) :« *Identification des obstacles à l'exportation des produits Algériens vers le marché de l'Union Européenne ETUDE DE CAS : la pomme de terre* », Mémoire de fin de cycle pour l'obtention d'un Master en sciences commerciales, Option : Affaires Internationales, EHEC Alger, 2016, p43.

⁴ Ibid.

recommandation du conseil l'autorisant à négocier un accord d'association euro-méditerranéen avec l'Algérie.¹

Les négociations ont repris en 1997, mais ont été interrompues entre mai 1997 et 2000. Les particularités du cas algérien expliquent la position de l'Algérie lors de ces négociations, qui concernent les aspects suivants :

- **Le volet politique :** L'Algérie souhaite élargir le dialogue politique pour inclure la lutte contre le terrorisme, au lieu de se limiter à la lutte contre le trafic de drogue, l'immigration clandestine et le blanchiment d'argent.
- **Le volet social :** L'Algérie refuse la réadmission des ressortissants en situation illégale tant que leur nationalité n'a pas été clairement établie.

Deux principales revendications sont exprimées par l'Algérie durant les négociations :

- Une approche plus progressive de la libéralisation, en raison des spécificités de l'économie algérienne.
- Le report du démantèlement tarifaire, étant donné que cette question est liée à la restructuration en cours de l'industrie algérienne. Les responsables algériens souhaitent protéger certains secteurs de la concurrence, au moins pendant une période transitoire suffisante.

‘Tout en respectant les échéances fixées à la construction d’une zone de libre-échange (un délai maximum de douze ans), l’Algérie rejette les modalités d’intervention de protection industrielle telles que définies aux termes de la déclaration de Barcelone.

Depuis il y a une accélération de ce processus qui se traduit par la volonté de gouvernement algérien d’intégrer l’économie mondiale notamment en relançant sa demande d’adhésion à l’Organisation Mondiale de Commerce (OMC), et principalement la signature de l’accord d’association.’²

3. Signature et la ratification (2001-2005) :

Les accords d'association tentent d'aboutir au but principal du processus de Barcelone, à savoir, faire de la région euro-méditerranéenne une zone de paix, de stabilité et de prospérité. Après la conférence de Barcelone, l'Algérie et l'UE ont enfin négocié l'essentiel de ce qui est

¹ DJAFRI (Kahina) et KHERBOUCHE (Ouidad) :« *L'impact de l'accord d'association Algérie-UE Sur l'économie Algérienne* », Mémoire de Master en sciences commerciales, Option : Finances et Commerce International, Université A. Mira, Bejaia, 2018, p35.

² Ibid.

prévu dans le traité de cette conférence. L'Algérie est le dernier Etat du Maghreb ayant paraphé le 19 décembre 2001 l'accord d'association avec l'UE.¹

Suite à des négociations, l'accord a été signé le 22 avril 2002 lors du sommet euro-méditerranéen de Valence² et ratifié le 27 avril 2005.

III. Evolution et Mise en œuvre de l'Accord d'Association Algérie- UE :

1. Processus d'application progressif :

Le processus d'application progressive de l'accord d'association Algérie-UE, initié en septembre 2005, s'est déployé suivant plusieurs phases distinctes.

La période initiale, de 2005 à 2007, a été marquée par la mise en place des fondements institutionnels nécessaires à la gestion de l'accord. Cette phase cruciale a vu l'établissement du Conseil d'association, organe politique suprême, et du Comité d'association, chargé de la gestion courante.

- **Le conseil d'association :** *« Il est institué un conseil d'association qui se réunit au niveau ministériel, autant que possible une fois par an, à l'initiative de son président dans les conditions prévues par son règlement intérieur. Il examine les problèmes importants se posant dans le cadre de l'accord ainsi que toutes autres questions bilatérales ou internationales d'intérêt commun ».*³
- **Le comité d'association :** *« Le Comité d'association est chargé d'assister le Conseil d'association dans l'accomplissement de ses tâches... Il prépare les sessions et les délibérations du conseil d'association, met en œuvre, le cas échéant, les décisions de celui-ci, et d'une façon générale, assure la continuité des relations d'association et le bon fonctionnement de l'accord euro-méditerranéen. Il examine toute question qui lui est transmise par le Conseil d'association ainsi que toute autre question qui pourrait se poser dans le cadre de l'application quotidienne de l'accord euro-méditerranéen. Il soumet à l'approbation du conseil d'association des propositions ou des projets de décision et/ou des recommandations ».*⁴

¹ BARACHE (Nihad) et HAMITI (Souhila) : « L'intégration régionale euro-méditerranéenne, Cas de l'Algérie-UE », Mémoire de Master en sciences commerciales, Option : Economie Appliquée et Ingénierie Financière, Université de Bejaia, 2017, p41.

² Ibid., p39.

³ L'article 92 de l'accord d'association portant sur les dispositions institutionnelles générales et finales.

⁴ L'article 13 du règlement intérieur du Conseil d'association.

Les années 2008-2010 ont constitué une phase d'accélération, caractérisée par une intensification des échanges commerciaux et un approfondissement de la coopération technique¹. Cette période a également été marquée par le lancement de nombreux programmes de coopération et l'amorce d'un dialogue structuré dans différents secteurs prioritaires.

- **Le Programme d'Appui à la mise en œuvre de l'Accord d'Association (P3A) :** C'est pour accompagner la mise en œuvre de l'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne que le programme d'appui - P3A- a été mis en place. Son objectif général est de renforcer le partenariat engagé entre l'Union Européenne et l'Algérie. Il s'adresse aux administrations algériennes et toutes les institutions contribuant à la mise en œuvre de l'Accord d'Association en se proposant de leur apporter l'expertise, l'assistance technique et les outils de travail nécessaires à la réalisation des objectifs définis par l'Accord.²

La première phase de ce programme dotée d'un financement de 10 millions d'euros, a été officiellement lancée en mai 2009 et s'est achevée en décembre 2011. Elle a été suivie par deux autres phases (P3A2 et P3A3). La convention de financement d'une quatrième phase (P3A IV) qui s'étalera jusqu'au 2021, a été signée le 13 mars 2017 à Bruxelles.³

▸ Pour mieux évaluer la mise en œuvre et les résultats concrets de l'accord, le tableau ci-dessous représente l'évolution des exportations de l'Algérie vers l'UE depuis l'entrée en vigueur de celui-ci.

Tableau N° II.2 : Exportations de l'Algérie vers l'UE (2005-2023).

Unité : Millions DZD

Année	Exportations		
	Hydrocarbures	Hors Hydrocarbures	Total
2005	1 871 226,5	32 350,5	1 903 577,0
2006	2 043 174,7	46 805,1	2 089 979,8
2007	1 796 647,3	38 925,9	1 835 573,2

¹ La coopération technique a pour objectif de soutenir et d'approfondir les relations entre les deux parties, notamment dans les domaines des Priorités de partenariat, à travers l'apport de savoir-faire et de compétences, ainsi que des instruments tels que le TAIEX (instrument d'assistance technique et d'échange d'informations de la Commission européenne), le SIGMA (appui à l'amélioration de la gestion de la gouvernance) et les subventions de projets visant à renforcer le rôle des organisations de la société civile.

² « P3A Programme d'Appui à la Mise en Œuvre de l'Accord d'Association : » https://www.p3a-algerie.org/wp-content/uploads/2018/02/Brochure_P3A.pdf, Consulté le 21/02/2025 (14:24).

³ Idem.

2008	2 611 852,7	47 167,7	2 659 020,4
2009	1 689 608,3	27 591,8	1 717 200,1
2010	2 092 240,6	35 237,6	2 127 478,2
2011	2 670 604,8	57 520,2	2 728 125,0
2012	3 092 090,7	55 032,5	3 147 123,2
2013	3 268 854,6	46 337,7	3 315 192,3
2014	3 054 350,4	90 007,2	3 144 357,6
2015	3 390 032,3	147 154,4	3 537 186,7
2016	1 797 240,7	82 551,3	1 879 792,0
2017	2 187 183,0	86 184,8	2 273 367,9
2018	2 698 976,5	107 523,7	2 806 500,2
2019	2 229 983,9	219 581,0	2 449 564,9
2020	1 427 254,9	109 839,7	1 537 094,6
2021	2 907 051,2	312 816,8	3 219 868,0
2022	5 322 936,5	575 317,8	5 898 254,3
2023	4 580 389,6	350 572,0	4 930 961,6
Total	79 300 271,6	2 468 157,7	81 768 807,3
Total en %	97	3	100

Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'Office National des Statistiques (ONS).

Commentaire : Le tableau des exportations de l'Algérie vers l'Union européenne sur la période 2005-2023 met en évidence une dépendance structurelle persistante aux hydrocarbures, en dépit de l'Accord d'association censé encourager la diversification de l'économie algérienne. Les exportations d'hydrocarbures représentent en moyenne 97 % du total, contre seulement 3 % pour les produits hors hydrocarbures. Bien que ces derniers aient connu une croissance notable en valeur absolue, passant de 32 350,5 millions DZD en 2005 à un pic de 575 317,8 millions DZD en 2022, puis redescendant à 350 572,0 millions DZD en 2023, leur part relative demeure marginale.

Le total des exportations a montré une forte volatilité, avec un sommet de 5 898 254,3 millions DZD en 2022, et des baisses marquées en 2009 (1 717 200,1 millions DZD), en 2020 (1 537 094,6 millions DZD), ainsi qu'une légère baisse en 2023 (4 930 961,6 millions DZD) par rapport à l'année précédente. Ces variations reflètent les fluctuations des prix mondiaux du pétrole et l'impact de chocs externes, notamment la crise sanitaire et d'autres facteurs conjoncturels.

En somme, malgré des efforts ponctuels, l'Accord d'Association n'a pas permis de restructurer profondément la nature des échanges entre l'Algérie et l'Union Européenne, laissant entrevoir les limites de la stratégie actuelle de diversification économique.

▸ En outre, nous allons présenter l'évolution des importations de l'Algérie de l'UE dans le cadre de l'accord depuis sa signature pour mieux comprendre ses répercussions déséquilibrées sur les deux parties.

Tableau N° II.3 : Importations de l'Algérie de l'UE (2005-2023).

Unité : Millions DZD

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Valeur	785 302,2	847 287,2	995 184,1	135 9153,8	1 497 010,2	1 520 305,7	1 793 536,8	2 042 773,7	2 282 239,7
2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
2 393 773,5	5 193 459,7	2 460 199,9	2 252 486,5	2 466 672,5	2 225 947,2	1 820 123,5	1 895 129,7	1 874 518,0	1 970 258,5
Total									
43 134 268,0									

Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'ONS.

Commentaire : Le tableau des importations de l'Algérie en provenance de l'UE (2005-2023) révèle une dynamique en deux phases distinctes. De 2005 à 2014, les importations ont presque triplé, passant de 785,3 milliards DZD à 2 393,8 milliards DZD, reflétant une ouverture croissante du marché algérien consécutive à la mise en œuvre de l'Accord d'Association. Cette tendance traduit un renforcement des flux commerciaux en faveur de l'UE, favorisé par le démantèlement tarifaire. À partir de 2015, une chute brutale des importations est observée, notamment en 2016 (-53 % par rapport à 2015), probablement en réaction à la crise des prix du pétrole et à la baisse des réserves de change, ayant conduit l'Algérie à adopter des politiques de restriction des importations. Malgré une relative stabilité à partir de 2017, les importations ne retrouvent jamais leur niveau exceptionnel de 2015 (5 193,5 milliards DZD). En 2023, elles s'établissent à 1 970,3 milliards DZD, confirmant cette tendance à la modération, bien qu'enregistrant une légère hausse par rapport à 2022.

Parallèlement, les exportations algériennes vers l'UE sont restées dominées par les hydrocarbures (97 % du total entre 2005 et 2023), ce qui témoigne d'une faible diversification de l'offre exportable. La balance commerciale est restée globalement positive pour l'Algérie

jusqu'en 2014, mais a enregistré des déséquilibres à partir de 2015, notamment en 2020, où les exportations ont chuté à 1 537,1 milliards DZD, contre des importations de 1 820,1 milliards DZD, générant ainsi un déficit.

Dans l'ensemble, l'Accord semble avoir davantage profité à l'UE, facilitant l'accès de ses produits au marché algérien sans avoir entraîné de restructuration significative du modèle d'exportation algérien, qui demeure centré sur les hydrocarbures.

2. Ajustements et révisions :

Les retombées de l'application de l'accord d'association entre l'Algérie et l'UE n'ont pas répondu aux attentes, dans la mesure où la balance commerciale de l'Algérie, en excluant les hydrocarbures, a enregistré des déficits persistants aussi bien avant qu'après la période de démantèlement tarifaire, s'étendant de 2003 à 2009. Face à cette tendance défavorable, l'Algérie a sollicité, en juin 2010, une révision des termes de l'accord, qui s'est traduite par une suspension temporaire de certains droits de douane, ainsi que par un report de leur suppression pour d'autres produits. Cette initiative a été motivée par la nécessité de permettre aux entreprises locales de s'adapter aux nouvelles conditions de concurrence. Ces dernières ont dû faire face non seulement au démantèlement tarifaire engagé avec l'UE, mais aussi à une libéralisation équivalente dans le cadre de la mise en œuvre de la Grande Zone Arabe de Libre-Échange (GZALE) à partir de 2009.

Par ailleurs, la démarche de l'Algérie s'appuie sur l'article 11 de l'accord, lequel autorise : « *des mesures exceptionnelles peuvent être prises, pour une durée limitée, sous forme de droits majorés ou rétablis aux industries naissantes, à des secteurs en restructuration ou en difficulté qui peuvent entraîner des problèmes sociaux* ».

Deux limites étaient déterminées : le droit de douane appliqué aux produits provenant de l'UE ne doit pas dépasser 25 % de la valeur *ad valorem*, et la valeur totale des importations soumises à ces mesures ne doit pas excéder 15 % des produits industriels importés au cours de la dernière année pour laquelle les statistiques sont disponibles. La révision convenue a été mise en œuvre le 1er septembre 2011 et portait spécifiquement sur les listes 2 et 3.¹

¹ BELKACEM KASMI (Djamila) et HERIZI (Ratiba) : « *Échanges industriels entre l'Algérie et l'Union européenne et démantèlement tarifaire des produits industriels* », *Mondes en Développement* Vol 45, n° 180, 2017, p143–144.

Tableau N° II.4 : Révision du calendrier du démantèlement tarifaire de l’annexe 3, listes 2 et 3 (niveaux 1 et 2)¹.

Années Droit de Douane (DD) en %	Sept. 2005 Droit de douane de base (a)	Sept. 2009 (b)	Sept 2010/2011. Gel au taux de dd 2009 après révision. (b)	Sept. 2012	Sept. 2013	Sept. 2014	Sept. 2015	Sept. 2016 au lieu de 2012	Sept. 2017	Sept. 2018	Sept. 2019	Sept. 2020 au lieu de 2017
DD 1 liste 2 niveau 1	15	9	9	12	10	7	3,5	0	-	-	-	-
DD 2 liste 2 niveau 1	30	18	18	23	18	12	6	0	-	-	-	-
DD 3 liste 2 niveau 2	5	3	3	3	3	2	1	0	-	-	-	-
DD 1 liste 3 niveau 1	30	21	21	23	23	23	21	19,2	14,4	9,6	4,8	0
DD 2 liste 3 niveau 1	15	10,5	10,5	12	12	12	11	10,4	7,8	5,2	2,6	0
DD 1 liste 3 niveau 2	30	21	21	21	21	21	21	16,8	12,6	8,4	4,2	0
DD 2 liste 3 niveau 2	15	10,5	10,5	10,5	10,5	10,5	10,5	8,4	6,3	4,2	2,1	0
DD 3 liste 3 niveau 2	5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	2,8	2,1	1,4	0,7	

(a) Droit de douane avant démantèlement.

(b) Droit de douane avant révision du démantèlement, les droits de douane après 2009 résultent de la révision du démantèlement tarifaire.

Source : BELKACEM KASMI (Djamila) et HERIZI (Ratiba) : Échange industriel Algérie-Union Européenne, Mondes en développement Vol 45 n°180, 2017, Prise du Ministre de Finance (2013).

Par la suite, le 31 août 2015, l'Algérie a officiellement exprimé sa volonté de réévaluer l'Accord d'Association, qui a fait l'objet de nombreuses réunions à Alger et Bruxelles au cours de l'année 2016 et l'adoption d'un document portant sur les mesures à mettre en œuvre pour rééquilibrer cet Accord. Les négociations qui ont suivi ont abouti à l'adoption des priorités du partenariat Algérie-UE lors du 10^e Conseil d'association tenu à Bruxelles le 13 mars 2017.²

Les thèmes prioritaires, communs, adoptés et renouvelés portent sur :³

- Dialogue politique, gouvernance, état de droit et promotion des droits fondamentaux.

¹ « EUR-Lex - 52012PC0700 - FR », <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52012PC0700>, Consulté le 20/02/2025 (21:24).

² « L'Union Européenne et l'Algérie, relations politique, dialogue permanent » https://www.ecas.europa.eu/algérie/lunion-europeenne-et-lalgerie_fr?s=82, Consulté le 24/02/2025 (21:49).

³ Idem.

- Développement socio-économique, échanges commerciaux et accès au marché commun européen.
- Partenariat Énergie, Environnement et Développement Durable.
- Dialogue stratégique et de sécurité (y compris sur les questions régionales et la lutte contre le terrorisme).
- Dimension humaine, migration, mobilité.

Enfin, le 25 janvier 2025, le président de la République a affirmé lors de la réunion du Conseil des ministres qu'il a présidé que la révision de l'accord d'association entre l'Algérie et l'UE « *s'impose au regard de la réalité économique actuelle* », sachant que depuis son entrée en vigueur, en 2005, « *les exportations de l'Algérie étaient basées principalement sur les hydrocarbures, alors qu'aujourd'hui, nos exportations hors hydrocarbures se sont diversifiées et étendues à d'autres domaines, notamment la production agricole, les minerais, le ciment et les produits alimentaires* »¹.

Le président de la République a souligné que la révision de cet accord « *ne résulte pas d'un conflit, mais vise à soutenir les bonnes relations entre l'Algérie et l'Union européenne en tant que partenaire économique sur la base du principe gagnant-gagnant* », selon le communiqué du Conseil des ministres.²

3. Défis et contraintes de mise en œuvre :

Des experts du Cercle d'Action et de Réflexion autour de l'Entreprise (CARE) reviennent sur la thématique à travers une contribution portant « Proposition de solutions structurelles pour gérer les accords commerciaux de l'Algérie ». L'analyse aborde les principales contraintes qui caractérisent ce processus, vivement critiqué par les politiques et les experts, sur la base de résultats qui restent encore à préciser, évoque des « *malentendus autour de la mise en œuvre de l'accord d'association, deux points de vue opposés sur le thème des droits de douane additionnels, un sérieux déficit d'évaluation des accords commerciaux préférentiels, limites de l'accord d'association : faiblesses du positionnement algérien* ».³

¹ « Algérie- UE, la révision de l'accord d'association sur une base "gagnant-gagnant" rééquilibrera les relations économiques entre les deux parties » <https://www.aps.dz/economie/182088-algerie-ue-la-revision-de-l-accord-d-association-sur-une-base-gagnant-gagnant-reequilibrera-les-relations-economiques-entre-les-deux-parties>, Consulté le 21/02/2025 (15:48).

² Idem.

³ « Accord d'association Algérie-UE, l'évaluation un aspect primordial » <https://www.elmoudjahid.dz/fr/economie/accord-d-association-algerie-ue-l-evaluation-un-aspect-primordial-178286>, Consulté le 21/02/2025 (16:10).

- **Mise en œuvre** : les deux parties ne partagent pas la même approche quant à la façon d'aborder la gestion de l'accord et l'évaluation des résultats auxquels il a pu donner lieu. La partie européenne plaide en faveur d'une stricte application des dispositions de l'accord, alors que la partie Algérie plaide la révision de l'accord en vue de disposer d'une plus grande latitude pour protéger son tissu industriel.
- **Droits de douane additionnels** : les mesures de protection douanière ou non douanière que l'Algérie souhaite mettre en place depuis l'année 2016, à travers un système de licences, d'une liste d'interdiction à l'importation et, sous la forme d'un DAPS (Droit Additionnel Provisoire de Sauvegarde), depuis la LFC (Loi de Finances Complémentaire) de Juillet 2018, ne s'accordent pas avec le point de vue Européen, pour différentes raisons : Le dispositif du DAPS ne s'accorde pas avec les dispositions de l'article 17 de l'accord qui prévoit qu' *« Aucun nouveau droit de douane à l'importation ou à l'exportation, ni taxe d'effet équivalent n'est introduit dans les échanges entre la Communauté et l'Algérie et ceux appliqués à l'entrée en vigueur du présent accord ne seront pas augmentés »*, à l'encontre des mesures abordées par l'article 2 de la LFC 2018, qui prévoit que : *« Aucune exonération ne peut être accordée au titre du droit additionnel provisoire de sauvegarde »*.
- **Faiblesse du positionnement algérien** : Concernant le déclin des importations algériennes en provenance de l'UE et la recherche constante de compétitivité, aucune baisse des prix des produits importés de l'UE touchés par le démantèlement tarifaire n'a été observée.¹

Ces experts notent particulièrement que c'est *« le secteur pétrolier algérien qui reste le premier bénéficiaire de l'investissement étranger »* une donne *« loin de travailler à la diversification de notre économie »* et, qui *« renforce au contraire son caractère mono-exportateur et n'aide pas à rendre plus viable la zone de libre-échange avec le partenaire européen »*. Le CARE affirme, dans ce sens, que *« le constat d'insuffisance établi par le président de la République, s'agissant du résultat économique auquel a donné lieu l'accord d'association, est en soi indiscutable »*. Dans cette optique, *« il paraît nécessaire de faire évoluer le débat sur ce sujet essentiel, en élaborant le plaidoyer clair, réfléchi et solidement argumenté qui fait encore défaut à ce jour »*, souligne l'analyse.²

¹ « L'accord d'association Algérie et Europe, enjeux et limites » <https://legal-doctrine.com/en/edition/Laccord-dassociation-Algérie-et-Europe-enjeux-et-limites>, Consulté le 21/02/2025 (16:25).

² Op.cit.

En résumé, l'accord d'association entre l'Algérie et l'Union européenne a joué un rôle clé dans la structuration des relations bilatérales débutant depuis les années 1970s, marquant une étape importante dans leur coopération. Bien que cet accord ait permis des avancées significatives dans différents domaines, sa mise en œuvre a également mis en lumière des défis persistants, notamment en ce qui concerne les déséquilibres commerciaux et les ajustements nécessaires pour répondre aux spécificités de l'économie algérienne.

De plus, les révisions successives de l'accord reflètent une volonté commune de s'adapter aux réalités changeantes, de renforcer le partenariat et répondre aux questions d'équilibre des bénéfices.

Section 02 : Contenu de l'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne

L'Union européenne et l'Algérie partagent un espace méditerranéen et des destinées communes. Il est impossible d'envisager l'avenir européen sans considérer celui de ses voisins, et réciproquement. Avec ses 46,63 millions d'habitants¹ et ses 2,38 millions km², l'Algérie représente l'un des plus grands voisins de l'UE, justifiant ainsi l'importance d'un dialogue et de relations à la hauteur de cette réalité géopolitique².

Vingt-trois années se sont écoulées depuis la signature de l'accord d'association entre l'Algérie et l'Union Européenne en 2002. Cet accord s'inscrit dans le cadre plus large des Accords d'association euro-méditerranéens, qui comptent parmi les accords les plus complets conclus par l'UE avec des pays tiers et constituent un aspect fondamental de sa politique commerciale extérieure. Pour l'Algérie, cet accord vient renouveler et approfondir les relations commerciales préexistantes, succédant aux accords de coopération établis en 1976.³

Dans cette section, nous explorerons en détail le contenu de cet accord, en mettant en lumière ses fondements et objectifs stratégiques, ainsi que l'ensemble des dispositions qui structurent ce cadre de coopération bilatérale.

I. Présentation de l'Accord d'Association Algérie-UE :

Les relations entre l'Algérie et la Communauté Économique Européenne⁴ (CEE) se sont établies dans la foulée de l'accession du pays à l'indépendance. Dès le départ, l'objectif principal était de garantir l'accès des produits algériens – notamment les produits agricoles et le vin – au marché européen.⁵

¹ « Population de l'Algérie 2014-2028 », Statista, <https://fr.statista.com/statistiques/687689/population-totale-algerie/>, Consulté le 21/02/2025 (17:27).

² Délégation de l'Union européenne en Algérie : « *Rapport de coopération Union Européenne – Algérie* », Alger, Algérie : Union Européenne, 2016, p02.

³ BOUGHIDENE (Rachid) : « *Les accords d'association euro-méditerranéens : Quel impact sur le développement ? Cas de l'Algérie* », Mémoire de Magister, Option : Espace, Développement et Mondialisation, Université Abderrahmane MIRA, Bejaia, 2007, p126.

⁴ La CEE, créée en 1957 par le Traité de Rome, avait pour objectif d'établir un marché commun entre ses États membres. En 1993, elle est devenue l'UE avec l'entrée en vigueur du Traité de Maastricht, qui a élargi ses compétences pour inclure l'union politique et monétaire, la citoyenneté européenne ainsi que la coopération en matière de justice et d'affaires intérieures.

⁵ DIAFI (Zahéra) et BOULENOUAR (Bachir) : « *Accord d'association Algéro-européen : état des lieux et réalités* », Revue Algérienne d'Économie et Gestion Vol 17, n° 01, 2023, p100.

Dans cette dynamique, un Accord d'Association entre la Communauté Européenne et ses États membres, d'une part, et l'Algérie, d'autre part, a été signé le 22 avril 2002 à Valence, en Espagne. Cet accord a été conclu par les deux négociateurs, Halim Benattalah, Ambassadeur d'Algérie auprès de l'Union européenne, et Robert Van der Meulen, Directeur par intérim pour le Proche-Orient et la Méditerranée sud au sein de la direction générale des relations extérieures de la Commission Européenne¹.

Ce cadre stratégique vise à structurer les relations politiques, économiques, sociales et culturelles entre les deux parties, afin de favoriser une coopération mutuellement bénéfique. Il pose les bases d'une relation bilatérale équilibrée et oriente les deux peuples vers une vision de long terme sur l'évolution de leurs interactions et les objectifs à atteindre.²

Adopté dans le cadre du processus de Barcelone, cet Accord ambitionne de renforcer les échanges commerciaux, de stimuler les investissements et de promouvoir un développement durable en intégrant des dimensions économiques, financières, mais aussi politiques et sociales. Il reflète ainsi la volonté de créer une « zone de prospérité partagée », consolidant le partenariat entre les deux rives de la Méditerranée.³

L'Accord d'Association, signé trois ans plus tôt, est entré en vigueur le 1er septembre 2005 pour une durée indéterminée, remplaçant ainsi l'ancien Accord de Coopération privilégiée de 1976.⁴ Cette illimitation de durée se justifie par deux arguments : la mise en œuvre d'une coopération en profondeur et l'assurance d'une grande stabilité des engagements.⁵

Par ailleurs, il prévoit des mécanismes de protection de la production nationale à travers plusieurs mesures⁶ :

- **Mesures antidumping** (Article 22) : Si l'Algérie ou l'UE constate des pratiques de dumping dans leurs échanges commerciaux (selon la définition de l'article VI du GATT

¹ ZIAD (M'hamed) : « *L'impact des accords euro-méditerranéens : Une analyse quantitative* », Mémoire de Magister en Sciences Économiques, Option : Économie de l'intégration Régionale, Université d'Oran, 2006, p61.

² Délégation de l'Union européenne en Algérie : « *Rapport de coopération Union Européenne – Algérie* », Alger, Algérie : Union Européenne, 2014, p03.

³ « A- Présentation de l'Accord d'Association | Ministère du Commerce Algérie », <https://www.commerce.gov.dz/fr/a-presentation-de-l-accord-d-association>, Consulté le 17/02/2025 (22:18).

⁴ ZIAD (M'hamed) et KHALDI (Ali) : « *L'impact du partenariat euro-méditerranéen sur l'économie algérienne* », Revue des Réformes Économiques et Intégration en Économie Mondiale Vol 13, n° 03, 2019, p02.

⁵ MESBAHI (Fatima Zahra) : « *Trade between Algeria and the European Union* », Finance and Business Economics Review Vol 3, n° 4, 31 Janvier 2020, p02.

⁶ Les conditions et les modalités de mise en œuvre des mesures de sauvegarde, des mesures compensatoires et des mesures d'antidumping, sont fixées, respectivement par les décrets n° 05-220, n° 05-221 et n° 05-222 dans le Journal Officiel de la République Algérienne n° 43 du 22 Juin 2005.

de 1994¹), la partie lésée peut prendre des mesures défensives appropriées, conformément aux règles de l'OMC et aux législations nationales.

- **Mesures compensatoires** (Article 23) : Elles sont destinées à contrer les subventions accordées par le pays exportateur à ses producteurs qui faussent la concurrence, en imposant des droits compensateurs ou des restrictions pour les neutraliser, conformément aux articles VI et XVI du GATT 1994 et à la législation locale.
- **Mesures de sauvegarde** (Article 24) : Elles permettent d'appliquer des restrictions temporaires sur les importations en cas d'augmentation soudaine de celles-ci, provoquant un dommage grave à une branche de production nationale. L'application de ces mesures suit une procédure détaillée, incluant une enquête préalable et des consultations entre les parties.
- **Mesures exceptionnelles pour les industries naissantes ou en restructuration** (Article 11) : Elles autorisent l'Algérie à appliquer temporairement des droits de douane majorés ou rétablis pour protéger certaines industries en développement ou en difficulté. Ces mesures sont limitées dans le temps et doivent maintenir un avantage pour les produits européens.

II. Fondements et Objectifs de l'Accord :

La Communauté, ses États membres et l'Algérie réaffirment leur engagement à renforcer leurs relations à travers les principes et objectifs suivants :

1. Les Fondements de l'Accord :

L'accord s'appuie sur une combinaison de facteurs, allant des liens historiques aux visées de développement, comme suit² :

- ✓ La proximité et l'interdépendance entre la Communauté, ses États membres et l'Algérie, fondées sur des liens historiques et des valeurs communes.
- ✓ La volonté de la Communauté, des États membres et de l'Algérie de renforcer les liens et d'instaurer durablement des relations fondées sur la réciprocité, la solidarité, le partenariat et le co-développement.

¹ Dumping : l'introduction des produits d'un pays sur le marché d'un autre pays à un prix inférieur à leur valeur normale.

² Préambule de l'Accord d'Association Algérie-Union Européenne, p03.

- ✓ L'importance accordée par les parties au respect des principes de la Charte des Nations Unies, en particulier des droits de l'Homme et des libertés politiques et économiques, socles fondamentaux de l'association.
- ✓ La conscience de l'importance de relations inscrites dans un cadre global euro-méditerranéen et de l'intégration entre les pays du Maghreb.
- ✓ Le désir de concrétiser les objectifs de l'association via l'application des dispositions de l'accord, pour rapprocher les niveaux de développement économique et social entre la Communauté et l'Algérie.
- ✓ L'importance de l'accord basé sur la réciprocité des intérêts, les concessions mutuelles, la coopération et le dialogue.
- ✓ La volonté d'établir et de renforcer la concertation politique sur les questions bilatérales et internationales d'intérêt commun.
- ✓ La conscience des menaces que représentent le terrorisme et la criminalité organisée internationale pour les objectifs du partenariat et la stabilité régionale.
- ✓ La prise en compte de la volonté de la Communauté d'apporter un soutien significatif aux efforts de réforme économique, d'ajustement et de développement social de l'Algérie.
- ✓ L'engagement respectif de la Communauté et de l'Algérie en faveur du libre-échange, dans le respect des droits et obligations découlant de l'Accord Général sur les Tarifs douaniers et le Commerce (GATT), tel qu'issu du cycle d'Uruguay.
- ✓ Le désir d'instaurer une coopération soutenue par un dialogue régulier dans les domaines économique, scientifique, technologique, social, culturel, audiovisuel et environnemental, pour favoriser une meilleure compréhension réciproque.

2. Les Objectifs de l'Accord :

L'Accord d'Association a pour objectifs de¹ :

- ✓ Fournir un cadre approprié au dialogue politique entre les parties afin de permettre le renforcement de leurs relations et de leur coopération dans tous les domaines qu'elles estimeront pertinents.
- ✓ Développer les échanges, assurer l'essor de relations économiques et sociales équilibrées entre les parties, et fixer les conditions de la libéralisation progressive des échanges de biens, de services et de capitaux.

¹ Accord d'Association Algérie-Union Européenne, Article [01], p04.

- ✓ Favoriser les échanges humains, notamment dans le cadre des procédures administratives.
- ✓ Encourager l'intégration maghrébine en favorisant les échanges et la coopération au sein de l'ensemble maghrébin et entre celui-ci et la Communauté européenne et ses États membres.
- ✓ 'Promouvoir la coopération dans les domaines économique, social, culturel et financier.
- ✓ Soutenir et aider les initiatives de l'Algérie visant à promouvoir l'investissement direct étranger et le partenariat industriel.
- ✓ Participer aux développements techniques et financiers des investissements, ainsi que la promotion des entreprises conjointes.
- ✓ Épauler l'ouverture et la libération du commerce extérieur et des échanges, à travers une modernisation du secteur industriel.'¹

Selon Robert Van der Meulen : « *Après les attentats du 11 septembre, les choses se sont accélérées. Sur la question du terrorisme, nous avons très vite partagé les mêmes objectifs : la lutte contre le terrorisme, bien sûr, et les échanges d'informations.* »²

Le programme MEDA apporte un soutien financier essentiel à la concrétisation de ces objectifs, ainsi qu'à ceux du processus de Barcelone, en tenant compte des priorités définies pour la politique de développement communautaire. Il s'articule autour des axes suivants³ :

- Le développement d'une société démocratique fondée sur le respect des droits de l'Homme et l'État de droit.
- La mise en œuvre des accords d'association, avec une attention particulière au développement du marché euro-méditerranéen.
- La réforme économique et sociale liée à l'application de l'accord d'association.
- 'L'appui aux Petites et Moyennes Entreprises (PME) et la création d'emplois.
- La mise à niveau des infrastructures économiques, y compris les systèmes financiers et fiscaux.'⁴

¹ SAOULI (Selma) et ZAID (Hizia) : « *Étude comparative des échanges internationaux entre l'Algérie et les États membres de l'Union Européenne et la Ligue Arabe (2005-2021)* », Revue Le Manager Vol 09, n° 03, 2022, p212.

² Commission européenne : « *L'accord euro-méditerranéen entre l'Union européenne et l'Algérie* », Dossier spécial, Edition numéro 27 A, 15 Janvier 2002, p05.

³ HAMADACHE (Fatma) et HATEB (Souad) : *L'impact des accords d'associations avec l'UE sur le commerce extérieur de deux pays : Étude comparative entre l'Algérie et le Maroc*, Mémoire de Master en Sciences Économiques, Option : Monnaie-Finance-Banque, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 2016, p76.

⁴ « Programme MEDA | EUR-Lex », <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=legissum:r15006>, Consulté le 23/02/2025 (13:42).

III. Les Principales Clauses de l'Accord :

L'accord d'association entre l'Algérie et l'union Européenne comprend un préambule et 110 articles repartis en 09 titres couvrant les différents domaines de coopération :

1. Titre I : Le dialogue et la coopération politiques¹ :

Le dialogue politique et de sécurité instauré entre les parties vise à renforcer les liens de solidarité, contribuant ainsi à la prospérité, la stabilité et la sécurité de la région méditerranéenne. Ce dialogue a pour but de favoriser une meilleure compréhension mutuelle, de permettre la prise en compte des intérêts de chaque partie et de consolider la sécurité régionale.

Il concerne toutes les questions d'intérêt commun, notamment celles liées à la paix, la sécurité et le développement régional, en soutenant les initiatives de coopération.

Ce dialogue se tiendra régulièrement à différents niveaux :

- Ministériel, dans le cadre du Conseil d'association.
- Hauts fonctionnaires, avec des représentants algériens et européens.
- Diplomatique, via des consultations et briefings internationaux.
- Autres modalités, si nécessaire, pour renforcer son efficacité.

2. Titre II : Libre circulation des marchandises² :

Ce titre détaille les modalités de la mise en place progressive d'une zone de libre-échange entre la Communauté et l'Algérie, notamment en ce qui concerne la suppression des droits de douane et des taxes d'effet équivalent sur les produits industriels et agricoles.

A. Établissement d'une zone de libre-échange :

Une période de transition de 12 ans est prévue pour la suppression progressive des barrières tarifaires, conformément aux règles du GATT de 1994 et aux accords de l'OMC.

B. Produits industriels (Chapitre 1) :

- Les produits industriels algériens sont exemptés de droits de douane et de restrictions quantitatives à l'importation dans la Communauté.
- Suppression progressive des droits de douane sur les produits européens importés en Algérie, selon un calendrier défini : suppression immédiate dès l'entrée en vigueur de l'accord, ou suppression échelonnée sur 7 ou 12 ans, selon les catégories de produits.

¹ Accord d'Association Algérie-Union Européenne, Articles [03-05].

² Accord d'Association Algérie-Union Européenne, Articles [06-29].

- L'Algérie peut réviser temporairement le calendrier en cas de difficultés économiques (comme la révision de 2010).
- Possibilité de droits de douane exceptionnels pour protéger certaines industries en difficulté (jusqu'à 5 ans, avec prolongation possible de 3 ans).

C. Produits agricoles et de la pêche (Chapitre 2) :

- Libéralisation progressive des échanges, avec des dispositions spécifiques selon des protocoles annexes qui définissent les avantages accordés à ces produits.
- Possibilité d'ajustements réglementaires en cas de modification des politiques agricoles.

D. Dispositions communes (Chapitre 3) :

- Interdiction d'introduire de nouveaux droits de douane, taxes ou restrictions quantitatives dans les échanges.
- Possibilité pour l'Algérie de prendre des mesures exceptionnelles de protection pour certaines industries naissantes ou en difficulté.
- Engagement à ne pas établir de discrimination fiscale entre les produits des deux parties.
- Exceptions possibles pour des raisons de sécurité, santé publique, protection du patrimoine, etc.
- Possibilité pour les parties de conclure d'autres accords de libre-échange tant qu'ils ne modifient pas les engagements de cet accord.

En complément de ces dispositions, l'Accord d'Association prévoit également des règles d'origine, définies dans le Protocole n°6. Ces règles déterminent les critères selon lesquels un produit peut être considéré comme originaire d'Algérie ou de l'Union européenne, lui permettant ainsi de bénéficier des préférences tarifaires prévues par l'accord. Elles jouent un rôle clé dans l'accès préférentiel des produits algériens au marché de l'UE, en garantissant que seuls les biens répondant à ces critères puissent profiter des avantages commerciaux accordés. Selon l'Accord, un produit est considéré comme originaire d'un pays (Algérie ou UE) s'il respecte l'une de ces règles :

Première règle : Un produit est entièrement obtenu en Algérie ou dans l'UE s'il appartient à l'une des catégories suivantes ¹:

- Produits minéraux extraits du sol, du fond marin ou océanique.
- Produits végétaux récoltés sur le territoire.
- Animaux vivants nés et élevés dans le pays.

¹ KIROUANI (Lyes) et ZIDELKHIL (Halim) :« *Le volet agricole dans les accords d'association entre l'Algérie et l'UE* », Journal of Advanced Economic Research Vol 05, n° 02, Juin 2020, p207.

- Produits issus d'animaux élevés localement.
- Produits issus de la chasse ou de la pêche pratiquées sur le territoire.
- Produits de la pêche maritime et autres ressources marines extraites en dehors des eaux territoriales par des navires de l'UE ou de l'Algérie.
- Produits fabriqués à bord de navires-usines appartenant à ces pays.
- Articles usagés ne pouvant servir qu'à la récupération de matières premières, y compris les pneus destinés au rechapage ou au recyclage.
- Déchets issus d'opérations manufacturières réalisées dans le pays.
- Produits extraits du sol ou du sous-sol marin situés en dehors des eaux territoriales, à condition que le pays concerné dispose de droits exclusifs d'exploitation sur ces zones.
- Marchandises fabriquées exclusivement à partir des produits mentionnés ci-dessus.

Deuxième règle : Les produits contenant des matières non originaires peuvent être qualifiés d'originaires si ces matières ont subi une transformation suffisante. Les critères de suffisance sont définis dans l'annexe II du protocole n°6 et incluent notamment ¹:

- Changement de position tarifaire² : Le produit final doit être classé dans une position SH (Système Harmonisé) différente de celle des matières non originaires utilisées.
- Limitation des matières de même position : Des matières non originaires classées dans la même position SH que le produit final peuvent être utilisées, mais dans des proportions limitées.
- Valeur ajoutée locale³ : Il peut être exigé que la valeur des matières non originaires ne dépasse pas un certain pourcentage du prix départ usine⁴, pour que le produit soit considéré comme originaire.
- Procédés spécifiques : Certaines transformations techniques précises (ex. : la distillation, le craquage ou la polymérisation) peuvent suffire à conférer l'origine, même sans changement de position tarifaire.
- Exceptions sectorielles :

¹ Journal Officiel de la République Algérienne : *art. 7 et annexe II du protocole n°6 relatifs aux règles d'origine*, décret présidentiel n° 05-159 du 27 avril 2005 portant ratification de l'accord euroméditerranéen entre l'Algérie et la Communauté européenne, n° 31, 30 Avril 2005.

² La position tarifaire est un code numérique à 4 chiffres (ou plus) qui identifie le type de produit dans la nomenclature douanière. Elle est définie selon le Système Harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH), élaboré par l'Organisation Mondiale des Douanes (OMD).

³ La valeur ajoutée est calculée comme le prix départ usine du produit, diminué de la valeur en douane des matières non originaires utilisées.

⁴ Prix départ usine : c'est le prix payé au fabricant pour un produit, tel qu'il sort de son usine, incluant la valeur de toutes les matières utilisées, sans les taxes locales remboursables en cas d'exportation.

- Textile : Des procédés bien définis sont obligatoires (ex. : filature, tissage, impression).
- Agroalimentaire : L'utilisation de certaines matières premières non originaires peut être strictement interdite (ex. : sucres ou jus dans la fabrication de boissons).

Troisième règle : Certaines transformations sont jugées insuffisantes pour conférer l'origine au produit. Il s'agit notamment de ¹:

- Manipulations destinées à assurer la conservation en l'état des produits pendant leur transport et leur stockage (aération, étendage, séchage, réfrigération...).
- Opérations simples de dépoussiérage, de criblage, de triage, de classement, de lavage, de peinture, de découpage.
- Changements d'emballage, divisions et regroupement de colis, ainsi que les opérations simples de conditionnement (la mise en bouteilles, en flacons, en sacs...).
- L'apposition sur les produits eux-mêmes ou sur leurs emballages de marques, d'étiquette sous d'autres signes distinctifs similaires.
- Mélange simple de produits, même d'espèces différentes.
- Réunion simple de parties en vue de constituer un produit complet.
- Cumul de deux ou plusieurs opérations visées au-dessus.
- Abattage d'animaux.

3. Titre III : Droit d'établissement et Prestations de services² :

L'Accord établit un cadre pour l'accès des fournisseurs de services entre l'Algérie et l'UE :

- A. Traitement des services :** L'UE accorde à l'Algérie un traitement équivalent à celui de l'AGCS. L'Algérie applique un traitement réciproque aux fournisseurs européens.
- B. Prestation transfrontalière :** Les prestataires de services européens peuvent fournir des services en Algérie sans établissement physique, avec un traitement non moins favorable que celui accordé aux pays tiers.
- C. Présence commerciale :** Les sociétés européennes établies en Algérie bénéficient des mêmes droits que celles des pays tiers et un traitement équivalent aux entreprises locales.

¹ KIROUANI (Lyes), Op.cit.

² Accord d'Association Algérie-Union Européenne, Articles [30-37].

- D. Présence de personnes physiques :** Les sociétés peuvent employer du personnel clé (cadres, experts, transferts intra-entreprises), sous réserve de respecter les réglementations locales.
- E. Transports :** Les règles ne s'appliquent pas aux modes de transports, sauf pour le transport maritime international, où un accès équitable au marché est garanti.
- F. Réglementation intérieure :** Chaque partie peut imposer des mesures pour protéger l'ordre public, la sécurité et la stabilité financière, sous réserve de ne pas contourner les engagements de l'accord.
- G. Définitions :** Clarification des termes clés, notamment les notions de fournisseurs de services et de sociétés communautaires ou algériennes.
- H. Dispositions générales :** Les parties s'engagent à ne pas restreindre les conditions d'établissement et d'exploitation de leurs sociétés. Elles envisagent de négocier un accord d'intégration économique conformément à l'article V de l'AGCS.

4. Titre IV : Paiements, Capitaux, Concurrence et Autres Dispositions Économiques¹:

Cette partie fournit des clarifications pour faciliter les transactions financières, les investissements, et garantir une concurrence équitable entre la Communauté européenne et l'Algérie.

A. Paiements courants et circulation des capitaux (Chapitre 1) :

- Les paiements liés aux transactions courantes doivent être effectués en monnaie librement convertible, sauf exceptions.
- La libre circulation des capitaux pour les investissements directs en Algérie est garantie, avec rapatriement des bénéfices et coopération pour une libéralisation totale.
- En cas de difficultés graves de balance des paiements, des restrictions temporaires peuvent être mises en place, sous conditions et avec un plan de suppression progressif.

B. Concurrence et autres dispositions économiques (Chapitre 2) :

- Les pratiques anticoncurrentielles et abus de position dominante affectant les échanges sont interdites. Une coopération est prévue pour faire appliquer ces règles.
- Les monopoles d'État doivent être ajustés d'ici cinq ans pour éliminer toute discrimination commerciale.
- Les entreprises publiques et celles bénéficiant de droits exclusifs ne doivent pas entraver les échanges après cinq ans.

¹ Accord d'Association Algérie-Union Européenne, Articles [38-46].

- Une protection efficace des droits de propriété intellectuelle, industrielle et commerciale est assurée, avec consultations en cas de litige.
- La protection des données personnelles doit être garantie pour permettre leur libre circulation.
- Une libéralisation progressive et réciproque des marchés publics est prévue, encadrée par le Conseil d'association.

5. Titre V : Coopération économique¹ :

A. Objectifs et Champs d'application :

La coopération économique vise à renforcer le partenariat entre l'Algérie et la Communauté, en soutenant son développement durable et en facilitant son intégration économique. Elle s'inscrit dans le cadre de la Déclaration de Barcelone et se concentre sur les secteurs affectés par la libéralisation, la croissance et l'emploi, ainsi que sur la diversification des exportations.

B. Moyens et Modalités :

Elle repose sur un dialogue économique régulier, l'échange d'informations, la formation, l'assistance technique et le soutien aux investissements, notamment privés.

C. Domaines couverts :

- Coopération Régional : Intégration économique intra-maghrébine, développement des infrastructures et environnement, l'éducation et la culture.
- Coopération Scientifique et Technologique : Recherche, innovation, transfert technologique et valorisation des résultats scientifiques.
- Environnement : Lutte contre la dégradation de l'environnement, gestion des ressources naturelles et biodiversité, en vue d'assurer un développement durable.
- Industrie : Modernisation, soutien aux PME et restructuration du secteur industriel.
- Investissement : Création d'un cadre juridique attractif et simplification des procédures.
- Normalisation et Conformité : Harmonisation avec les normes européennes et certification.
- Rapprochement des législations : Rapprochement de la législation de l'Algérie à la législation de la Communauté dans les domaines couverts par l'accord.
- Services Financiers : Réforme bancaire et développement du marché financier.
- Agriculture et Pêche : Coopération et échange d'expériences, modernisation, diversification, sécurité alimentaire et développement rural.
- Transports : Restructuration, modernisation des infrastructures et facilitation du transit.

¹ Accord d'Association Algérie-Union Européenne, Articles [47-66].

- Informations et Télécommunications : Réglementation, interconnexion des réseaux et projets technologiques conjoints.
- Énergie et Mines : Partenariat, promotion des investissements, développement des énergies renouvelables, interconnexion énergétique et transfert technologique.
- Tourisme et Artisanat : Échanges d'informations et d'expériences, formation, promotion du potentiel touristique et soutien à la privatisation.
- Coopération Douanière : Simplification des procédures, modernisation des systèmes, harmonisation avec le transit communautaire.
- Coopération Statistique : mise à niveau du système statistique algérien, assurer la comparabilité des statistiques, avec une assistance technique si nécessaire.
- Protection des Consommateurs : Harmonisation des systèmes de protection des consommateurs via des échanges d'informations et des formations, l'amélioration de l'information aux consommateurs et une assistance technique.

6. Titre VI : Coopération Sociale et Culturelle¹ :

A. Dispositions relatives aux travailleurs (Chapitre 1) :

Les États membres garantissent aux travailleurs algériens une égalité de traitement en matière de conditions de travail, rémunération et licenciement. L'Algérie applique le même principe aux travailleurs européens sur son territoire.

En matière de sécurité sociale, les travailleurs algériens bénéficient des mêmes droits que les nationaux, incluant les prestations de maladie, vieillesse, invalidité et chômage, ils ont également droit au libre transfert de leurs pensions vers l'Algérie.

B. Dialogue dans le domaine social (Chapitre 2) :

Un dialogue régulier est établi entre les parties sur des sujets sociaux d'intérêt commun, il vise à améliorer la circulation des travailleurs, l'égalité de traitement et l'intégration sociale.

Ce dialogue porte notamment sur les conditions de vie et de travail, les migrations, l'immigration clandestine et les programmes favorisant la tolérance et la non-discrimination.

C. Actions de coopération en matière sociale (Chapitre 3) :

Les parties reconnaissent l'importance du développement social et mettent en place des actions prioritaires, telles que l'amélioration des conditions de vie et d'emploi, l'insertion des personnes rapatriées, la promotion du rôle des femmes, le soutien aux programmes de santé et de protection sociale, ainsi que le développement de la formation professionnelle et de l'habitat social.

¹ Accord d'Association Algérie-Union Européenne, Articles [67-78].

D. Coopération en matière culturelle et d'éducation (Chapitre 4) :

L'accord vise à renforcer les échanges culturels et la compréhension mutuelle à travers la promotion de la traduction littéraire, la restauration du patrimoine, les échanges d'artistes et la coopération audiovisuelle. En éducation, il encourage l'amélioration du système éducatif, l'accès des femmes à l'enseignement et la formation des cadres publics et privés.

7. Titre VII : Coopération Financière¹ :

L'Algérie bénéficie d'une coopération financière pour moderniser son économie, améliorer les infrastructures, promouvoir l'investissement privé et accompagner la mise en place de la zone de libre-échange.

L'Union Européenne appuie les réformes économiques et sociales, en coordination avec les institutions financières internationales. Un suivi est assuré pour évaluer l'impact macro-économique de l'accord et ajuster les mesures en conséquence.

8. Titre VIII : Coopération en Justice et Affaires Intérieures² :

- A. Renforcement des institutions et État de droit :** Les parties accordent une priorité au renforcement des institutions judiciaires et de l'État de droit. Elles garantissent l'accès à la justice et le respect des droits des ressortissants des deux parties sans discrimination.
- B. Circulation des personnes :** Les parties facilitent la délivrance des visas en conformité avec les législations nationales et communautaires, avec un suivi par le Comité d'association.
- C. Prévention et contrôle de l'immigration illégale :** Une coopération est mise en place pour échanger des informations, prévenir et contrôler l'immigration illégale. L'Algérie et les États membres acceptent de réadmettre leurs ressortissants en situation irrégulière et négocient des accords bilatéraux de réadmission.
- D. Coopération juridique et judiciaire :** Elle inclut l'entraide judiciaire en matière civile et pénale, l'extradition, la lutte contre le crime organisé et le renforcement de l'administration judiciaire, avec des cycles de formation spécialisés.
- E. Prévention et lutte contre la criminalité organisée :** Les parties coopèrent pour lutter contre le trafic de personnes, la corruption, la criminalité informatique, le trafic d'armes, en renforçant les dispositifs de prévention et les capacités des autorités compétentes.

¹ Accord d'Association Algérie-Union Européenne, Articles [78-81].

² Accord d'Association Algérie-Union Européenne, Articles [82-91].

- F. Lutte contre le blanchiment d'argent :** Elles œuvrent contre le blanchiment des capitaux issus d'activités criminelles, avec une assistance technique et administrative pour adopter des normes comparables aux standards internationaux, notamment ceux du GAFI¹.
- G. Lutte contre le racisme et la xénophobie :** Des mesures de sensibilisation et des actions judiciaires sont mises en place pour prévenir et combattre toute discrimination fondée sur la race, l'origine ethnique ou la religion.
- H. Lutte contre la drogue et la toxicomanie :** La coopération vise à améliorer les politiques de lutte contre la production et le trafic de stupéfiants, avec des mesures de prévention, de traitement et de réinsertion des toxicomanes, ainsi que la mise en place de services spécialisés.
- I. Lutte contre le terrorisme :** Les parties coopèrent dans le cadre des conventions internationales et des résolutions du Conseil de Sécurité, notamment par l'échange d'informations et d'expériences en matière de lutte contre le terrorisme.
- J. Lutte contre la corruption :** Elles s'engagent à prendre des mesures contre la corruption dans les transactions commerciales internationales, à fournir une assistance mutuelle dans les enquêtes et à renforcer la formation des agents et magistrats spécialisés.

9. Titre IX : Dispositions institutionnelles générales et finales² :

L'accord d'association entre l'Algérie et l'Union européenne établit un cadre institutionnel pour gérer et appliquer ses dispositions. Il prévoit un Conseil d'Association, instance décisionnelle réunie au niveau ministériel, et un Comité d'Association, chargé de la gestion au niveau des fonctionnaires. Le Conseil peut déléguer certaines compétences et créer des groupes de travail pour assurer la mise en œuvre de l'accord.

L'accord garantit le principe de non-discrimination, encadre le règlement des différends, et autorise des mesures exceptionnelles pour préserver la sécurité et l'ordre public, comme il prévoit des obligations contraignantes pour les parties et des mécanismes pour assurer leur respect. Conclu pour une durée illimitée, il peut être dénoncé avec un préavis de six mois.

¹ Le GAFI (Groupe d'Action Financière Internationale) est un organisme intergouvernemental créé en 1989 par le G7. Il établit des normes internationales pour lutter contre le blanchiment d'argent, le financement du terrorisme et le financement de la prolifération des armes de destruction massive. Ses recommandations servent de référence aux pays pour renforcer leurs cadres juridiques et institutionnels.

² Accord d'Association Algérie-Union Européenne, Articles [92-110].

Dans la même perspective et pour faciliter la mise en œuvre de l'accord, l'Algérie a mis en place un Comité permanent chargé de la préparation et du suivi de la mise en œuvre de l'accord d'association avec l'Union européenne, supervisé par le ministère des Affaires étrangères, en date du 30 Décembre 2004. De plus, une Commission technique de suivi de la mise en œuvre de la zone de libre-échange a été créée par le ministère du Commerce et installée le 23 août 2005, présidée par le directeur général de la Chambre algérienne de commerce et d'industrie (CACI). Cette commission est responsable du suivi et de l'évaluation de la mise en œuvre de la zone de libre-échange, de l'examen des requêtes des opérateurs économiques et de la formulation de propositions d'amélioration¹.

En dernier lieu, l'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne dépasse le cadre commercial en visant la stabilité régionale et la prospérité partagée dans un contexte méditerranéen complexe. Il constitue une plateforme de dialogue pour traiter des enjeux tels que la modernisation institutionnelle et la coopération sécuritaire.

Malgré des résultats économiques contrastés, son importance réside dans la stabilisation des relations bilatérales. Toutefois, son impact sur la diversification économique demeure sujet à débat, soulignant la nécessité d'une adaptation continue et d'une volonté politique pour réaliser ses ambitions.

¹ « A- Présentation de l'Accord d'Association | Ministère du Commerce Algérie », <https://www.commerce.gov.dz/fr/a-presentation-de-l-accord-d-association>, Consulté le 20/02/2025 (15:20).

En conclusion, l'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union européenne représente un cadre structurant qui a considérablement façonné les relations bilatérales depuis sa mise en œuvre en 2005. Comme le souligne Karima Mokhtari : « *L'Accord d'Association constitue un cadre juridique global qui a profondément restructuré les relations entre l'Algérie et l'UE, dépassant la simple dimension commerciale pour englober des aspects politiques, sociaux et culturels, même si sa mise en œuvre s'est heurtée à des difficultés d'ordre structurel.* »¹

Les révisions et demandes de révision successives de l'accord témoignent d'une volonté partagée d'adapter ce partenariat aux réalités changeantes et aux aspirations des deux parties. En effet, ils reflètent une prise de conscience mutuelle de la nécessité d'un partenariat plus équilibré, tenant compte des spécificités de l'économie algérienne et des nouveaux enjeux régionaux.² La recherche d'un meilleur équilibre commercial, le renforcement de la coopération technique et le développement des échanges humains constituent autant d'axes prioritaires pour l'avenir de cette relation.

Dans un contexte international marqué par de profondes mutations géopolitiques et économiques, le partenariat Algérie-UE est appelé à se renforcer davantage, il s'oriente désormais vers une coopération renforcée dans des domaines stratégiques comme la transition énergétique et la sécurité régionale, dépassant le cadre traditionnel des échanges commerciaux.³ Ces enjeux communs offrent de nouvelles perspectives pour approfondir cette coopération stratégique au bénéfice des deux rives de la Méditerranée.

¹ MOKHTARI (Karima) : « *L'accord d'association Algérie-Union européenne : Bilan et perspectives* », Revue algérienne des sciences juridiques et politiques Vol 55, n° 02, 2018, p127.

² BENABDESSELAM (Mohammed) et DAGUZAN (Jean-François) : « *Les relations UE-Algérie : entre ambitions partagées et réalités complexes* », Confluences Méditerranée Vol 89, n° 02, 2020, p85.

³ BOUYACOUB (Ahmed) et AUGIER (Patricia) : « *Le partenariat Algérie-UE à l'épreuve des nouvelles réalités géopolitiques* », Mediterranean Politics Vol 26, n° 03, 2021, p342.

Chapitre III :
Étude Empirique

Après avoir présenté les fondements théoriques du commerce international et examiné en profondeur le cadre juridique et institutionnel régissant les relations entre l'Algérie et l'Union européenne, ce chapitre s'inscrit dans une perspective appliquée. Il vise à confronter la réalité du terrain aux principes et mécanismes exposés précédemment.

À travers l'étude des entretiens réalisés au sein de notre organisme d'accueil et autres opérateurs économiques, ainsi que l'analyse des données collectées, nous cherchons à mieux comprendre comment les entreprises algériennes perçoivent et expérimentent l'accès au marché de l'UE. Ce travail pratique repose sur une méthodologie qualitative rigoureuse et contextualisée, permettant d'identifier les opportunités concrètes ainsi que les obstacles persistants que rencontrent les produits algériens dans le cadre de l'accord d'association. L'objectif est d'aboutir à une lecture fine et critique de la situation actuelle, en éclairant les dynamiques, freins et leviers potentiels.

Section 01 : Cadre méthodologique de l'enquête

Cette section expose le cadre méthodologique de notre étude. Elle débute par la présentation d'ALGEX, un organisme créé pour l'accompagnement des entreprises algériennes vers l'international. Ensuite, elle détaille la méthodologie adoptée, incluant l'approche de recherche et les outils utilisés pour la collecte et le traitement des données.

I. Présentation de l'organisme d'accueil :

Le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie est, depuis plus d'une décennie, au centre d'une attention particulière des pouvoirs publics¹. Afin de renforcer la présence des produits algériens sur les marchés extérieurs, diverses mesures d'encadrement et de soutien ont été mises en place, notamment à travers la création d'organismes dédiés à la promotion du commerce extérieur (dont l'ALGEX, SAFEX, CACI, CAGEX, AAPI, FSPE, CNCPE).

1. Présentation d'ALGEX :

Avant la création de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX), la mission d'étude et de promotion du commerce extérieur en Algérie était assurée par deux centres spécialisés² :

- Le Centre National pour l'Étude des Marchés Extérieurs et des Opportunités Commerciales.
- Et le Centre National pour l'Étude de l'Information et de la Documentation Économique.

Ces deux structures ont été fusionnées en 1996 pour donner naissance à l'Office National de Promotion des Exportations (PROMEX), établi par décret exécutif n° 96-327 du 1er Octobre 1996.³

¹ « Organigramme et Missions », <https://dcwaintemouchent.dz/index.php/fr/direction/organigramme-et-missions/30-direction>, Consulté le 07/03/2025 (16:59).

² BOUARABA (Melkheir) et CHEBLI (Cheherazed) : « Les entreprises algériennes entre le soutien accordé et les contraintes rencontrées à l'export : Cas d'ALGEX », Mémoire de Master en sciences commerciales, Option : Finance et Commerce International, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 2018, p94.

³ Arrêté du 9 Juillet 2002 : « Journal Officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire », N° 56, 18 Août 2002, p14.

PROMEX, en tant qu'établissement administratif, avait pour mandat de fournir de l'information commerciale, du conseil ainsi qu'un accompagnement aux entreprises algériennes dans leurs démarches à l'international¹. Cependant, en dépit de son rôle stratégique, PROMEX a souffert d'un manque de moyens matériels et humains, ainsi que de prérogatives limitées, ce qui a freiné son efficacité dans la mise en œuvre de la politique nationale de promotion des exportations².

Face à la faiblesse persistante des exportations hors hydrocarbures et à la nécessité d'une structuration plus efficace du commerce extérieur, PROMEX a été remplacé par l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) dans le cadre d'une refonte stratégique³. Créée par le décret exécutif n° 04-174 du 12 Juin 2004, en application des articles 19 et 20 de l'ordonnance n° 03-04 du 19 Juillet 2003 relative aux opérations d'importations et d'exportations de marchandises, ALGEX est un établissement public à caractère administratif (EPA), doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière, placé sous la tutelle du Ministère du Commerce⁴.

ALGEX a joué, pendant plus de deux décennies, un rôle central dans le soutien aux entreprises exportatrices, en contribuant à la diversification des exportations algériennes hors hydrocarbures et s'inscrivant dans une politique d'expansion des échanges commerciaux et d'intégration mondiale⁵. Elle a également accompagné les opérateurs économiques dans la promotion des produits nationaux à l'international, leur permettant de conquérir des parts de marché à l'étranger et d'accroître leurs débouchés extérieurs⁶.

Toutefois, dans un souci de réforme et de modernisation du système national du commerce extérieur, le 13 avril 2025, lors de la 2^e édition de la Rencontre nationale avec les opérateurs économiques, le président de la République, M. Abdelmadjid Tebboune, a annoncé la dissolution d'ALGEX et la création de deux nouvelles instances : l'une chargée de l'encadrement des importations, et l'autre de la promotion des exportations. Cette décision

¹ GUENDOUZI (Brahim) : « *l'information commerciale, facteur de promotion du commerce extérieur* », Faculté des Sciences Économiques et des Sciences de Gestion, Université Mouloud Mammeri, p06.

² TAKARLI (Ati) : « *Les exportations hors-hydrocarbures algériennes* », Communication à l'occasion de la tenue de la Convention France Maghreb, Paris, Février 2008, p06.

³ BENNINI (Mohamed) : « *ALGEX (ex. PROMEX) - La promotion des exportations hors hydrocarbures* », Forum Algérien pour la Citoyenneté et la Modernité Communication, Juin 2004.

⁴ Décret exécutif n°04-174 du 12 Juin 2004 : « *Journal Officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire* », N° 39, Article [2-3], 16 Juin 2004, p04.

⁵ « Agence nationale de la promotion du commerce extérieur (ALGEX) | Ministère du Commerce Algérie », <https://www.commerce.gov.dz/fr/agence-nationale-de-la-promotion-du-commerce-exterieur-algex>, Consulté le 06/03/2025 (23:07).

⁶ CHEIKH (Najia) : « *Les dispositifs d'incitation à la promotion des exportations hors-hydrocarbures en Algérie : constat et analyse* », Revue Al Ustadh Al Bahieth des Études Juridiques et Politiques Vol 2, n° 10, Juin 2018, p420.

marque une nouvelle étape dans la politique commerciale du pays, visant à améliorer la transparence, la fluidité des échanges, et à mieux structurer les flux commerciaux à travers la numérisation des transactions et la simplification des procédures administratives.

Selon des experts économiques, notamment M. Boubaker Sellami, cette réforme constitue une opportunité importante pour renforcer l'efficacité du commerce extérieur national. Cependant, ils insistent sur la nécessité d'un cadre juridique et réglementaire clair, définissant avec précision les missions, les attributions et les mécanismes de fonctionnement de ces deux nouvelles structures, afin d'éviter les dysfonctionnements institutionnels rencontrés par le passé¹.

Ce développement souligne ainsi la volonté de l'État de structurer davantage les activités d'importation et d'exportation, tout en renforçant la compétitivité internationale des produits algériens.

➤ **Organigramme :**

L'organisation d'ALGEX est encadrée par les directives de l'arrêté interministériel du 30 juillet 2005², qui définit sa structure et son fonctionnement.

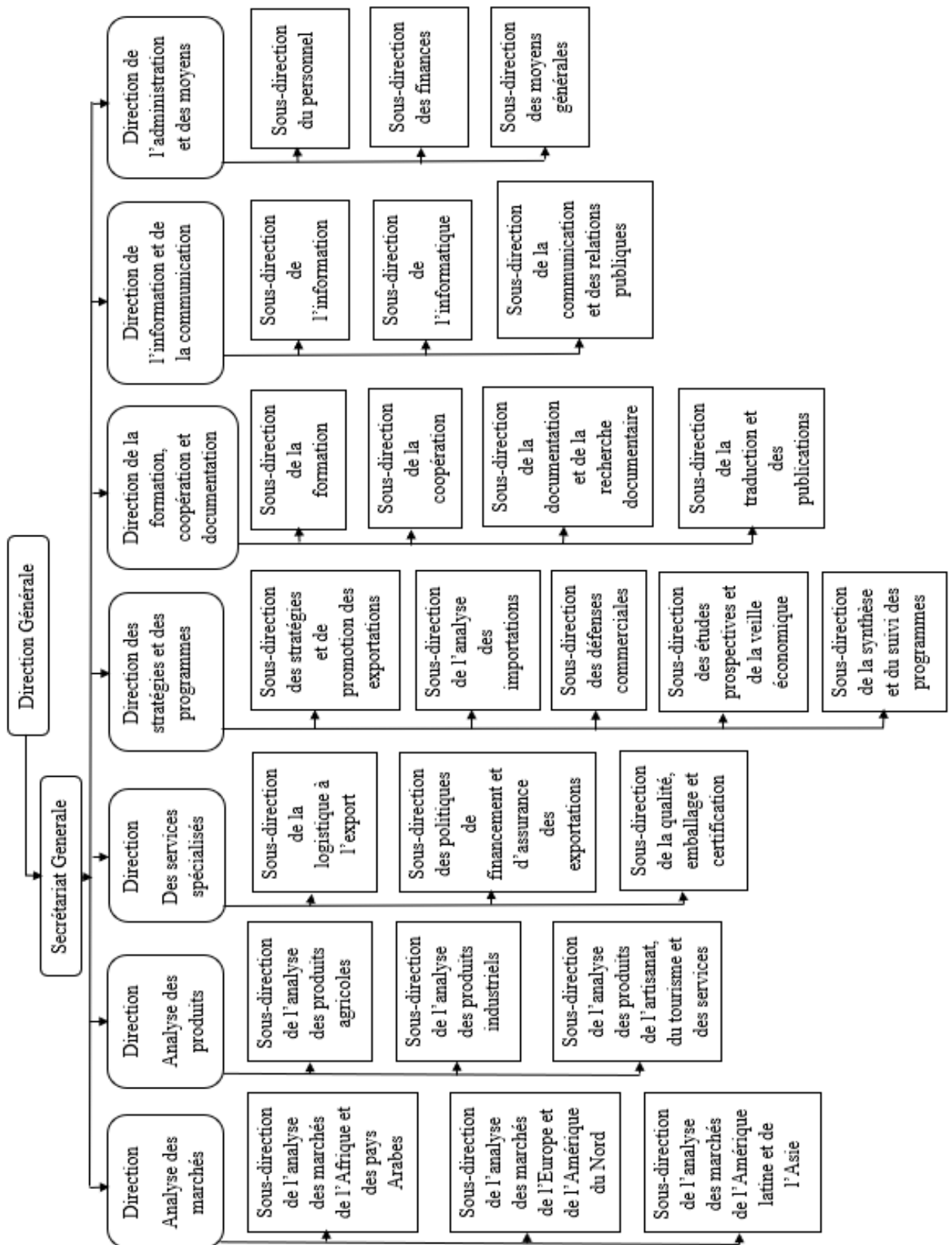
Comme illustrer ci-dessous, l'ALGEX est structurée autour d'une Direction Générale, appuyée par un Secrétariat Général, garant de la coordination administrative. L'agence est également composée de sept directions spécialisées, chacune subdivisées en plusieurs sous-directions, permettant une gestion ciblée de ces différentes activités.

Cette organisation vise à assurer une meilleure prise en charge des opérateurs économiques, à faciliter l'accompagnement des exportateurs et à optimiser les stratégies de promotion du commerce extérieur de l'Algérie.

¹ « La décision du président de la République de créer deux instances chargées de l'importation et de l'exportation apportera transparence et fluidité au commerce extérieur », Publié le 14/04/2025, <https://www.aps.dz/economie/185247-la-decision-du-president-de-la-republique-de-creer-deux-instances-chargees-de-l-importation-et-de-l-exportation-apportera-transparence-et-fluidite-au-commerce-exterieur>, Consulté le 15/04/2025 (22:17).

² Arrêté interministériel du 30 Juillet 2005 :« *Journal Officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire* », N° 83, 25 Décembre 2005, p20.

Figure N° III.1 : Organigramme d'ALGEX.



Source : Documentation d'ALGEX (traduction réalisée par les auteurs).

2. Missions d'ALGEX :

ALGEX assume diverses missions stratégiques pour stimuler les exportations algériennes ¹:

- ✓ Accompagner et conseiller les opérateurs économiques pour valoriser les produits algériens sur les marchés internationaux.
- ✓ Étudier les marchés étrangers en assurant une veille commerciale et réglementaire ainsi que des analyses prospectives.
- ✓ Coordonner la participation de l'Algérie aux foires, salons internationaux et rencontres d'affaires.
- ✓ Recenser le potentiel national d'exportation en améliorant la connaissance de l'offre locale.
- ✓ Mettre en place et gérer des dispositifs de soutien aux exportations hors hydrocarbures au profit des entreprises exportatrices.
- ✓ Rédiger un rapport annuel évaluant les politiques et programmes d'exportation.
- ✓ Examiner les tendances des importations conformément au décret n° 08-313 du 5 octobre 2008.
- ✓ Mobiliser son réseau de partenaires nationaux et internationaux pour favoriser les opportunités d'affaires.

L'Agence assure la diffusion de l'information à travers divers moyens mis en place pour répondre aux besoins des opérateurs. Créé en 2008, le Guichet « Dar El Moussadar » constitue un espace privilégié dédié à l'information commerciale, au conseil et à l'orientation, ainsi qu'aux échanges entre les différents acteurs du processus d'exportation².

Elle a aussi développé la plateforme « ALGERIA EXPORTERS », un outil de marketing digital destiné à la promotion des entreprises algériennes exportatrices. Cette plateforme présente une galerie virtuelle mettant en avant leurs produits et savoir-faire, tout en facilitant la mise en relation avec des partenaires étrangers. Elle constitue également un outil de promotion pour les représentations diplomatiques algériennes. À travers cette initiative, ALGEX contribue à accroître la visibilité du « Made in Algeria » sur les marchés internationaux³.

¹ « Nos missions - Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur », <https://www.algex.dz/algex/nos-missions>, Consulté le 06/03/2025 (22:42).

² ARROUCHE (Nacera) : « *Accompagnement des entreprises algériennes à l'export : Portées et limites* », Revue Performance des Institutions Algériennes, Vol 12, 2017.

³ Documentation d'ALGEX.

3. Rayonnement International des Produits Algériens :

En 2024, l'Algérie a participé activement à plusieurs expositions économiques internationales à travers 11 destinations en Afrique, Europe et Amérique¹. Cette initiative, orchestrée par le Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations en collaboration avec l'ALGEX, a mobilisé plus de 400 entreprises algériennes qui ont présenté leurs produits et services sur une superficie totale dépassant 7000 m².

Ces événements ont permis aux entreprises algériennes de divers secteurs (agroalimentaire, pharmaceutique, énergie, construction, textile, artisanat) de promouvoir leurs produits, d'établir des partenariats stratégiques et de pénétrer de nouveaux marchés internationaux. Les participants ont exprimé leur satisfaction quant aux rencontres professionnelles réalisées lors de ces événements, qui constituent une plateforme essentielle pour renforcer la présence commerciale algérienne à l'échelle mondiale.

Pour 2025, plus de vingt événements économiques sont prévus dans plusieurs pays d'Afrique, du monde arabe, d'Europe et d'Asie pour promouvoir davantage les produits et partenariats algériens.

A. Bilan de la participation de l'Algérie aux événements économiques organisés à l'étranger au titre de l'année 2024² :

✓ SIAL Montréal 2024 :

Pour la cinquième fois consécutive, des produits algériens ont été présentés à la 21ème édition du SIAL Montréal, salon international de l'alimentation tenu du 15 au 17 mai au Canada. Sur un espace de 200 m², 10 entreprises nationales ont exposé divers produits alimentaires dont l'huile d'olive, les dattes, les jus de fruits et les produits laitiers.

Cet événement majeur, qui a réuni 1000 exposants de 44 pays et attiré 21,000 professionnels, a permis aux entreprises algériennes d'établir des contacts commerciaux précieux et d'explorer de nouvelles opportunités d'exportation vers les marchés nord-américains. Le pavillon algérien a suscité un vif intérêt tant chez les professionnels que parmi la diaspora algérienne au Canada, qui a exprimé son souhait de voir davantage de produits algériens dans les commerces locaux.

¹ ECOTIMES, « L'Algérie participera dans 23 manifestations économiques à l'étranger : 2024, année du « made in Algeria » », Publié le 27/12/2023, <https://ecotimesdz.com/lalgerie-participera-dans-23-manifestations-economiques-a-letranger-2024-annee-du-made-in-algeria/>, Consulté le 10/03/2025 (15:33).

² Revue d'ALGEX : « Forum du Commerce Extérieur », n°31, Décembre 2024.

✓ MACFRUT 2024 :

Le salon MACFRUT à Rimini a accueilli 13 entreprises algériennes sur 200 m², présentant des produits agricoles et horticoles, notamment des légumes, des fruits, des dattes et de l'huile d'olive. Un accomplissement majeur a été l'obtention d'une certification biologique reconnue, offrant un avantage concurrentiel sur le marché européen.

Cette certification répond aux préoccupations environnementales et sanitaires actuelles, permettant aux produits algériens d'accéder à des segments de marché à forte valeur ajoutée, malgré des prix plus élevés. La visite du président du salon, M. Renzo Piraccini, et l'invitation à développer une production de qualité ont souligné l'importance stratégique de cette participation, qui s'inscrit dans la continuité des relations Algéro-italiennes renforcées lors de l'exposition internationale d'Algérie 2023.

✓ World Food Moscow 2024 :

La 33^{ème} édition du salon international de l'alimentation et des boissons (17-20 septembre 2024) a marqué la sixième participation algérienne avec une délégation de 15 opérateurs du secteur agroalimentaire. Subventionnée à 80% par le Fonds Spécial de Promotion des Exportations (FSPE)¹, cette présence a été encadrée par diverses institutions officielles (Ministère du Commerce, ALGEX, CACI, CAGEX, SAFEX).

L'Ambassadeur d'Algérie en Russie a visité le pavillon pour encourager les exposants à pénétrer le marché russe. Dans ce salon qui a rassemblé plus de 100 pays, les entreprises algériennes ont établi 300 contacts commerciaux (180 avancés, 100 potentiels), aboutissant déjà à 20 contrats d'exportation de produits agricoles et de dattes.

✓ Foodex Saudi 2024 :

Du 16 au 19 septembre 2024 à Riyad, la 11^e édition de « Foodex Saudi » a réuni des participants de 50 pays autour des industries alimentaires. Des exposants algériens y ont présenté des produits comme l'huile d'olive et des dérivés de dattes, aux côtés d'une variété internationale de boissons, technologies alimentaires, produits laitiers et surgelés.

Cette plateforme a permis d'explorer le marché saoudien, de comprendre ses normes élevées et d'engager des négociations commerciales. En parallèle, la 14^e session du Conseil d'Affaires Algéro-Saoudien s'est tenue, visant à renforcer les relations commerciales bilatérales. Cette

¹ Le FSPE a été institué par la loi de finance de 1996. Il est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs.

double opportunité a favorisé le positionnement des entreprises algériennes et initié des discussions sur des investissements futurs.

✓ Organisation de l'Exposition des Produits Algériens à Doha 2024 :

La première édition de cette exposition au Qatar (22-26 octobre 2024) a rassemblé 135 entreprises algériennes présentant près de 3 000 produits, allant de l'artisanat traditionnel aux innovations de start-ups. Organisée sous la supervision du ministre du Commerce et de la Promotion des Exportations, cette vitrine a bénéficié du soutien d'ALGEX, accompagnant les opérateurs économiques et promouvant les services numériques pour renforcer la présence algérienne sur le marché qatari.

Des rencontres bilatérales et des forums d'affaires ont enrichi cet événement, inauguré par le ministre M. Tayeb Zitouni en présence de hauts responsables des deux pays. Cette manifestation a mis en valeur la qualité mondiale des produits algériens tout en ouvrant de nouvelles opportunités commerciales dans la région.

B. Programme officiel de la participation de l'Algérie aux événements économiques à l'étranger pour l'année 2025 :

Dans le cadre de sa stratégie d'expansion économique et de promotion de ses exportations, l'Algérie a établi un programme officiel de participation aux expositions et salons internationaux pour l'année 2025. Ce programme, qui s'inscrit dans les efforts du gouvernement pour renforcer la présence des produits algériens sur les marchés étrangers, comprend trois catégories d'événements :

Tableau N° III.1 : Liste des expositions internationales.

N°	Événement	Pays organisateur	Date	Nature de la manifestation
1	Salon international de Hanoï	Vietnam	Avril 2025	Salon multisectoriel
2	Salon international de Tripoli	Libye	Mai 2025	Salon multisectoriel
3	Salon international du gouvernorat de Sfax	Tunisie	Juin 2025	Salon couvrant tous les secteurs
4	Salon international de Dar Es-Salam	Tanzanie	Juillet 2025	Salon couvrant tous les secteurs
5	Salon internationale d'Accra	Ghana	Octobre 2025	Salon industriel multisectoriel
6	Salon international de La Havane	Cuba	Novembre 2025	Salon multisectoriel

7	Salon international de Dakar	Sénégal	Novembre/ Décembre 2025	Salon multisectoriel
---	------------------------------	---------	-------------------------------	----------------------

Source : Revue d'ALGEX : *Forum du Commerce Extérieur* n°31, Décembre 2024, p04.

(Traduction réalisée par les auteures)

Tableau N° III.2 : Liste des expositions spécifiques aux produits algériens.

N°	Événement	Pays organisateur	Date	Nature de la manifestation
1	Salon des produits algériens à Nouakchott	Mauritanie	À définir avec l'ambassade	Salon multisectoriel avec autorisation de vente
2	Salon des produits algériens à Addis-Abeba	Éthiopie		
3	Salon des produits algériens à Abidjan	Côte d'Ivoire		
4	Salon des produits algériens en Chine	Chine		
5	Salon des produits algériens à Amman	Jordanie		
6	Salon des produits algériens à Sultanat d'Oman	Sultanat d'Oman		

Source : Ibid. (Traduction réalisée par les auteures)

Tableau N° III.3 : Liste des salons spécialisés.

N°	Événement	Pays organisateur	Date	Nature de la manifestation
1	Salon des industries alimentaires de Londres	Grande-Bretagne	17-19 mars 2025	Salon des industries alimentaires
2	MEDIC WEST AFRICA à Lagos	Nigeria	16-18 avril 2025	Salon des équipements médicaux
3	Salon PHARMA EXPO à Ouagadougou	Burkina Faso	Mai 2025	Salon des équipements pharmaceutiques et parapharmaceutique
4	Salon AQUAFARM	Italie	12-13 février 2025	Salon des produits marins, aquaculture et pêche
5	Salon international YAPI à Istanbul	Turquie	Avril 2025	Salon du bâtiment et matériaux de construction
6	Salon BREAKBULK	Hollande	15-18 mai 2025	Salon du transport et de la logistique
7	WEB SUMMIT à Doha	Qatar	23-26 février 2025	Salon des technologies innovantes et des startups
8	Salon international des industries traditionnelles à Milan	Italie	30 novembre-7 décembre 2025	Salon dédié aux industries artisanales

9	Exposition internationale du livre au Caire	Égypte	24 janvier-6 février 2025	Salon du livre
---	---	--------	---------------------------	----------------

Source : Ibid. (Traduction réalisée par les auteures)

Cette programmation 2025 reflète l'ambition algérienne de diversifier ses exportations et de renforcer sa présence internationale. Avec le soutien du FSPE, les entreprises algériennes pourront conquérir de nouveaux marchés stratégiques en Afrique, Europe, Asie et Moyen-Orient.

De plus, L'Algérie accueillera en septembre 2025 la quatrième édition du Salon du commerce interafricain (IATF), en collaboration avec l'Union africaine, la ZLECAf et l'AFREXIMBANK. Cet événement vise à stimuler les échanges commerciaux et les investissements, avec des transactions attendues dépassant 44 milliards de dollars et la participation d'environ 35 000 visiteurs provenant de 140 pays¹.

Il témoigne de l'engagement de l'Algérie à renforcer l'unité et le développement économique en Afrique, en favorisant les échanges commerciaux et en consolidant les projets de coopération économique, tout en accélérant l'intégration régionale via la ZLECAf². L'édition précédente, organisée en Égypte, a connu un succès remarquable, et l'Algérie ambitionne d'en faire une édition encore plus marquante.

II. Méthodologie de recherche :

Dans le but de collecter un maximum d'informations sur les conditions d'accès des produits algériens au marché de l'Union Européenne et de détecter les opportunités et les obstacles présents, nous avons opté pour une étude empirique qui s'articule autour d'une enquête de terrain. Cette dernière s'est effectuée par le biais d'entretiens qualitatifs, menés à l'aide d'un guide, auprès des parties prenantes impliquées dans l'exportation des produits algériens.

Dans ce sens, il y a lieu de présenter les différentes étapes méthodologiques que nous avons entreprises afin de répondre à notre problématique et de vérifier la validité de nos hypothèses.

1. Objectif de l'étude :

¹ « Foire Commerciale Intra-Africaine », <https://2025.iatf.africa/newfront/>, Consulté le 10/03/2025 (16:27).

² « IATF 2025 », Publié le 10/03/2025, <https://algeriainvest.com/fr/news/iatf-2025-lalgerie-au-centre-du-commerce-africain-afreximbank-renforce-son-engagement>, Consulté le 10/03/2025 (16:35).

L'objectif de notre étude est de confronter les perceptions de l'Accord d'association entre l'Algérie et l'Union Européenne aux réalités du terrain. En identifiant les contraintes majeures et en explorant les stratégies potentielles d'amélioration, notre étude entend formuler des recommandations pour renforcer l'accès des produits algériens au marché de l'UE.

2. Approche adoptée :

D'après le livre de Paul N'Da : « *Dans l'approche qualitative d'investigation, le chercheur part d'une situation concrète comportant un phénomène particulier intéressant et ambitionne de comprendre le phénomène et non de démontrer, de prouver, de contrôler quoi que ce soit. Il veut donner sens au phénomène à travers ou au-delà de l'observation, de la description, de l'interprétation et de l'appréciation du milieu et du phénomène tels qu'ils se présentent. L'intention (but, objectif) de la recherche est de reconnaître, de nommer, de découvrir de décrire les variables et les relations découvertes, et par-là, de comprendre une réalité humaine ou sociale complexe et mal connue* »¹.

Cette approche nous offre ainsi la possibilité de saisir la complexité des enjeux liés à l'exportation en nous appuyant sur l'expérience et les perceptions des acteurs du terrain, favorisant ainsi une compréhension nuancée des obstacles et opportunités.

3. Type d'entretien :

Selon RAYMOND : « *L'entretien est une technique destinée à collecter, dans la perspective de leur analyse, des données discursives reflétant notamment l'univers mental conscient ou inconscient des individus. Il s'agit d'amener les sujets à vaincre ou à oublier les mécanismes de défense qu'ils mettent en place vis-à-vis du regard extérieur sur leur comportement ou leur pensée* »².

Il existe différents types d'entretiens, adaptés en fonction des objectifs poursuivis :

- L'entretien directif : ou structuré consiste à poser à tous les participants le même ensemble de questions préétablies avec des réponses limitées à des catégories définies. L'intervieweur suit strictement un script et un système de codage prédéfini, contrôlant ainsi le rythme et la progression de l'entretien. Cette méthode assure une uniformité des

¹ N'DA (Paul) : « *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines : Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article* », Paris, France : L'Harmattan, 2015, p22.

² THIETART (Raymond-Alain) et AL : « *Méthodes de recherche en management* », 4ème édition, Stratégie Master, Dunod, Paris, 2014, p274.

questions et des conditions d'interrogation, avec très peu de flexibilité tant pour la formulation des questions que pour les réponses apportées¹.

- L'entretien semi-directif : également appelé semi-dirigé, est l'un des plus couramment utilisés en recherche en sciences sociales. Il se caractérise par un équilibre entre ouverture et structure : il n'est ni totalement libre ni rigoureusement encadré par une multitude de questions précises. Le chercheur s'appuie généralement sur une liste de questions-guides, formulées de manière relativement ouverte, afin d'obtenir des informations essentielles de la part de l'interviewé².
- L'entretien non-directif : Dans ce type d'entretien, l'investigateur définit un thème général sans intervenir sur l'orientation du propos du sujet. Ses interventions se limitent à une facilitation du discours de l'autre, à la manifestation d'une attitude de compréhension, à une relance fondée sur les éléments déjà exprimés par le sujet ou à un approfondissement des éléments discursifs déjà énoncés³.

Le choix de l'entretien semi-directif s'avère particulièrement adapté à notre étude, car il offre l'équilibre nécessaire permettant aux parties prenantes d'exprimer librement leurs perceptions et expériences tout en garantissant que les thématiques essentielles à notre problématique soient systématiquement abordées, favorisant ainsi la collecte d'informations riches et nuancées sur cette réalité économique.

La revue de la littérature, combinée à l'approche semi-directive retenue, a donné lieu à l'établissement d'un guide d'entretien (Annexe N° 1) mis en œuvre lors de la phase empirique de notre étude.

Sur cette base, nous avons structuré notre guide d'entretien en quatre parties :

- a) Contexte général : Introduction au sujet, à la situation économique et à la capacité d'exportation de l'Algérie.
- b) Opportunités : Exploration des avantages, notamment ceux liés à l'accord d'association et aux tendances du marché de l'UE.
- c) Limites et obstacles : Identification des freins à l'exportation sous différents aspects.
- d) Recommandations et perspectives : Proposition de solutions pour des futures stratégies.

¹ FONTANA (Andrea) et H. FREY (James) : « *The Interview: From Structured Questions to Negotiated Text*, dans *Handbook of Qualitative Research* », 2eme édition, Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2000.

² VAN CAMPENHOUDT (Luc), MARQUET (Jacques) et QUIVY (Raymond) : « *Manuel de recherche en sciences sociales* », 5eme édition, Dunod, 2017.

³ THIETART (Raymond-Alain), Op.cit.

4. Déroulement de l'enquête :

Pour garantir une vision suffisamment complète et plurielle de notre problématique, nous avons délibérément sélectionné des profils hétérogènes, associant cadres d'ALGEX, consultants en export, dirigeants et employés d'entreprises exportatrices ainsi que d'organismes spécialisés.

Le principe de saturation théorique¹ a été atteint après 19 entretiens. Néanmoins, afin de garantir une diversité de profils, nous avons mené des entretiens supplémentaires dans le but de maximiser la richesse du contenu par la variété des professionnels interrogés.

Au final, 24 entretiens ont été réalisés.

Tableau N° III.4 : Liste des profils interrogés.

Nom Complet	Fonction occupée	Organisme/Entreprise	Date
ELBAHRI Taher	Administrateur Assistant, Consultant en Export	Dar Elmosader - ALGEX	19/02/2025
BARHONI Soufiane	Administrateur dans la Direction Analyse des Produits	ALGEX	26/02/2025
BOUHAL Sidali + BELAIBIDI Walid	Directeur des Services Spécialisés + Sous-Directeur des Services Spécialisés	ALGEX	09/04/2025
NASRI Ali Bey	Vice-Président, Consultant en Export	ANEXAL (Association Nationale des Exportateurs Algériens)	09/04/2025
CHERCHARI Nabila	Chef de service Administration & Paie	SARL AAMAL	09/04/2025
BOUMAZA Fateh	Directeur Général Adjoint	SARL PROLIPOS	10/04/2025
MAKHLOUFI Amina	Chef de bureau, Sous-direction de l'UE	Ministre du Commerce Extérieure et de la Promotion des Exportations	16/04/2025
MOUHOUNE Mustapha	Directeur du Système d'Information et de Documentation	IANOR (Institut Algérien de Normalisation)	20/04/2025
MEFROUCHE Fethi	Directeur Audit (ex Directeur Export)	Fertial - ASMIDAL	21/04/2025
MISSOUNI Maria	Directrice d'Export	Laboratoires Venus	24/04/2025

¹ La saturation théorique est atteinte quand aucune donnée nouvelle ou pertinente n'émerge concernant une catégorie, et que les relations entre catégories sont bien établies et validées. À ce stade, le chercheur cesse de recueillir des données relatives à cette catégorie, car elles deviennent redondantes.

NECHAK Remdan	Directeur de Projet	ACED (Algérienne des Cuir Et Dérivés) – GETEX (Générale Textiles)	24/04/2025
BENKHERROUBI Ahmed Fehd	Export Manager	Hygianis Group	25/04/2025
AZZOUZ Hadia	Enseignante vacataire a l'EHEC, Inspectrice de la Concurrence et des Enquêtes Économiques	Ministre du Commerce Extérieure et de la Promotion des Exportations	25/04/2025
KOUTSIOURIS Vassilis	Ministre Conseiller, Conseiller commercial de la Délégation de l'Union européenne en Algérie	Délégations de l'Union Européenne en Algérie	28/04/2025
TARAFI Boualam	Directeur de la Coopération Internationale et du Partenariat P/I	CACI	29/04/2025
LAIDI Rami	Ingénieur de Projet	EURL Saterex IRIS Pneumatique	29/04/2025
YDRI Taher	Responsable des Achats	SARL CEBON (El Mordjene)	29/04/2025
BERAFTA Mohamed Reda	Superviseur des Ventes	Condor Electronics	30/04/2025
BOUNAB Yousra	Chargée Export	EURL Saterex IRIS	30/04/2025
KAHLOUCHE Ismail	Directeur des Ventes	SARL Kaoua Food (Optilla)	01/05/2025
MEKDICHE Anis	Superviseur Commercial	Rami Food Company	02/05/2025
BOUBAKEUR Sedik	Regional Export Advisor	Indépendant	03/05/2025
DOUIDENE Leila	Enseignante en Commerce International, Spécialiste en Stratégies d'Internalisation, Consultante en Conseil à l'Export	ESGEN (École Supérieure de Gestion et d'Économie Numérique), Indépendante	05/05/2025
BELLILI Ismail	Outbound Logistics and Export Operations Manager	SARL Wafa Faile	06/05/2025

Source : Établi par nos soins.

5. Outil d'analyse de données - NVivo :

Dans le cadre de notre recherche, le logiciel NVivo 15 a été utilisé comme outil principal pour l'analyse qualitative des données. Développé par QSR International (désormais Lumivero), NVivo est un logiciel spécialisé dans la gestion, le codage, la visualisation et l'analyse de données non structurées telles que les entretiens, les observations, les documents ou encore les contenus multimédias¹.

¹ « Guides par sujet : NVivo : Accueil », <https://uqam-ca.libguides.com/nvivo/accueil>, Consulté le 22/04/2025 (22:30).

L'utilisation de NVivo 15 a permis d'organiser efficacement les données textuelles recueillies, tout en facilitant l'identification des thèmes récurrents, des relations et des patterns dans les discours. Le processus d'analyse s'est déroulé selon les étapes suivantes :

- a) Importation des données (transcriptions d'entretiens, documents, etc).
- b) Organisation, codage et création de nœuds : une fois les données importées, elles ont été classées selon des thématiques pertinentes. Le codage a ensuite été appliqué, en combinant deux approches¹ :
 - Le codage inductif, permettant de faire émerger des thèmes directement à partir des données.
 - Le codage déductif, fondé sur des catégories préétablies issues de la littérature ou du cadre théorique.

Ces segments codés ont été regroupés dans des nœuds (nodes), facilitant l'analyse transversale des idées clés. NVivo offre également des fonctions de codage automatique, notamment par mots-clés ou similarité, contribuant à gagner du temps tout en renforçant la cohérence du traitement².

- c) Analyse et visualisation des résultats à travers des outils intégrés comme les nuages de mots, les matrices ou les modèles relationnels, permettant de synthétiser les données et d'obtenir des résultats visuels pertinents.

Ainsi, NVivo a permis de renforcer la rigueur méthodologique de cette étude, en assurant une traçabilité des interprétations et en offrant une vue d'ensemble structurée du corpus de données.

¹ THOMAS (David R) :« *A general inductive approach for analyzing qualitative evaluation data* », American Journal of Evaluation, Vol 27, n° 02, 2006, p238.

² WOOLF (Nicholas H) et SILVER (Christina) :« *Qualitative Analysis Using NVivo: The Five-Level QDA Method* », Developing Qualitative Inquiry, New York : Routledge, 2017.

Section 02 : Evaluation des Résultats

Cette section présente à la fois l'analyse détaillée des résultats et leur mise en perspective à travers une synthèse transversale. Après avoir examiné la fréquence et le contenu des propos en lien avec les thématiques définies, l'objectif est ici d'en dégager les éléments clés, les convergences ainsi que les nuances exprimées par les participants. Cette approche permet de relier les éléments empiriques à des interprétations plus globales, en vue de répondre aux questions de recherche et de mieux cerner les dynamiques sous-jacentes aux perceptions recueillies.

I. Analyse des résultats :

L'analyse des résultats repose sur une approche combinée, articulant analyse lexicale et analyse de contenu, afin d'explorer la manière dont les participants abordent les thématiques préalablement définies. L'analyse lexicale permet d'identifier les termes les plus fréquemment employés en lien avec ces thématiques, offrant ainsi une première lecture quantitative des discours des participants. En complément, l'analyse de contenu vise à interpréter le sens attribué à ces termes et à apprécier la profondeur des propos en les recontextualisant dans les cadres thématiques établis. Cette démarche croisée renforce la cohérence entre les données recueillies et les objectifs de recherche.

Pour analyser les entretiens menés à l'aide du logiciel NVivo 15, nous avons opté pour une retranscription Ubiquis, qui consiste à restituer les propos oraux recueillis sous forme de texte écrit clair et structuré, en éliminant les hésitations, les répétitions et les digressions, tout en veillant à conserver fidèlement le sens et les idées exprimées par les interviewés.

Les réponses collectées, organisées par thématique, sont présentées dans la grille d'analyse figurant en Annexe N° 2.

1. Analyse lexicale :

L'analyse lexicale constitue une première approche utilisée pour explorer le corpus textuel issu des entretiens et des documents collectés. Elle repose sur l'examen du verbatim, en étudiant la

barrières qui freinent la compétitivité des produits algériens, ce qui demeure essentiel au vu de la capacité d'exportation encore limitée vers l'UE.

La zone 2, en haut à gauche, évoque des perspectives plus optimistes. Elle contient les termes (*potentiel, normes, certifications, opportunités, accès et améliorer*). Cette zone souligne l'importance des efforts à fournir pour satisfaire les exigences de ce marché, tout en offrant une vision tournée vers les bénéfices économiques et les opportunités d'accès si les standards européens sont respectés.

Dans la zone 3, située en haut à droite, des mots tels que (*obstacles, qualité, conditions, logistiques, industriel, technique et investissements*) mettent en évidence les contraintes auxquelles sont confrontés les produits algériens pour répondre aux normes strictes du marché européen. Ces contraintes relèvent principalement des domaines technique, industriel et logistique, et nécessitent des efforts considérables en matière d'adaptation et de conformité à leur exigence de qualité.

Enfin, la zone 4, en bas à droite, met en avant des éléments opérationnels et pratiques, avec des termes comme (*matières premières, développer, conformité, douane, encourager et opérations*). Elle insiste sur les actions concrètes que doivent entreprendre les entreprises algériennes pour renforcer leur compétitivité : amélioration de la qualité des produits, optimisation des opérations logistiques et douanières, et développement de chaînes de valeur locales.

Dans l'ensemble, cette analyse fait apparaître une dualité entre les exigences externes du marché européen (zones 2 et 3) et les efforts internes à fournir (zones 1 et 4). Pour accéder durablement à ce marché, l'Algérie doit à la fois surmonter ces obstacles et se conformer efficacement aux normes européennes.

A. Thème 1 : Contexte général

Figure N° III.3 : Nuage des mots les plus utilisés dans le premier thème.



Source : NVivo 15.

Interprétation :

L'analyse du nuage de mots met en évidence une structure sémantique hiérarchisée autour de la problématique de l'accès des produits algériens au marché de l'UE. Les termes centraux, représentés en rouge et occupant une position prédominante dans le nuage : (*compétitivité, exporter, européen, produits, algériens, marché*), constituent le noyau du discours. Ils expriment de manière explicite la dynamique principale : la nécessité pour les produits algériens de gagner en compétitivité pour pouvoir exporter efficacement vers le marché européen.

Autour de ce noyau, les mots en noir, tels que (*hydrocarbures, production, international, capacités, normes, qualité, secteurs, potentiel*) forment une couche intermédiaire qui précise les domaines d'activité et les facteurs déterminants de cette relation commerciale. Enfin, les termes en gris périphériques (*conformité, certifications, exigences, coûts, logistique, diversification*) représentent quant à eux les conditions et contraintes qui influencent la réussite de cette intégration commerciale.

Comme le souligne Mr. ELBAHRI : « *Les produits algériens compétitifs sur le marché de l'UE comprennent principalement les fruits, légumes, hydrocarbures, chocolat, huile d'olive et chaussures... mais font face à des quotas et des normes strictes.* ». Cette observation est complétée par Mr. MEFROUCHE qui affirme : « *Il est constaté que pour les exportations hors hydrocarbures, la compétitivité de l'Algérie est faible par rapport aux autres pays, cela est dû principalement à la bureaucratie qui caractérise l'économie algérienne et la non maîtrise de la chaîne d'approvisionnement ainsi que le respect des normes européennes en matière de*

qui précisent les types de contraintes rencontrés ; de même, la périphérie grise les détaille avec (*prix, difficultés, coûts, nombreuses, bureaucratie, administratives*). Comme le précise Mr. BENKHERROUBI :« *Le premier obstacle est la non-conformité aux normes européennes, les exigences en matière de qualité, de traçabilité, de certification sanitaire ou environnementale sont très strictes, et nos producteurs n’y sont pas toujours préparés. Le manque d’infrastructure logistique (ports, transport, stockage) pénalise notre compétitivité, en allongeant les délais et en augmentant les coûts.* ».

Ce schéma fait apparaître un système d'obstacles multidimensionnels où les barrières techniques et normatives constituent le principal frein à l'exportation, exacerbé par des déficiences logistiques et des contraintes administratives complexes, pendant que les exigences de conformité sanitaire et de certification nécessitent une adaptation coûteuse des entreprises algériennes face à un marché européen hautement réglementé, particulièrement dans le secteur agricole où les standards de qualité, les questions de traçabilité et les contrôles sanitaires représentent des défis majeurs nécessitant investissements et accompagnement technique.

D. Thème 4 : Recommandations et perspectives

Figure N° III.6 : Nuage des mots les plus utilisés dans le quatrième thème.



Source : NVivo 15.

Interprétation :

Le panorama lexical des recommandations pose un cadre analytique, après exclusion des termes omniprésents (*produits, algériens, marché, européen, accord*), qui stipule une structure orientée

vers l'action, où les mots en rouge au centre (*export, améliorer*) incarnent les objectifs stratégiques prioritaires. S'y associent des termes en noir tels que (*compétitivité, qualité, entreprises, renforcer, investir, perspectives, production, logistiques, certifications*), qui signalent les axes d'intervention majeurs. La périphérie grise, quant à elle, comprend des mots comme (*infrastructures, normes, conformité, opérateurs, développer, faciliter, encourager, prix*), qui renvoient aux conditions concrètes à réunir et aux appuis nécessaires pour soutenir les efforts d'exportation.

Cette configuration illustre une approche intégrée, où l'amélioration de la compétitivité et le renforcement des capacités d'exportation passent par des investissements ciblés dans la qualité, les certifications et les infrastructures logistiques, comme souligné dans le propos suivant : « *Il faut améliorer les infrastructures logistiques, notamment les ports, afin de permettre le transbordement direct depuis l'Algérie et d'éviter les surcharges. Par exemple, si l'Algérie parvient à concrétiser le projet du Grand Port d'El Hamdania à Cherchell, cela représenterait un saut économique majeur et positionnerait le pays comme une puissance logistique clé en Méditerranée. De plus, les producteurs algériens doivent améliorer la qualité de leurs produits tout en réduisant temporairement leurs marges, pour mieux pénétrer le marché, avant d'aligner progressivement leurs prix sur ceux des concurrents* » (BELLILI, SARL Wafa Faile), accompagnés d'une adaptation aux normes internationales et d'un développement des chaînes de valeur, tout en soulignant l'importance d'une vision à long terme (*terme*) et d'une approche intégrée incluant les opérateurs économiques, la formation et l'accompagnement technique pour permettre aux entreprises algériennes de conquérir des parts de marché durables dans l'espace commercial européen.

2. Analyse de contenu :

Dans le paysage des méthodes de recherche qualitative, l'analyse de contenu représente une démarche fondamentale pour explorer les données au-delà de leur apparence immédiate. Cette méthode permet aux chercheurs d'accéder à des niveaux de compréhension plus profonds des communications et des discours.

L'analyse de contenu est définie comme une approche qui permet d'aller au-delà du contenu manifeste pour rendre explicite le contenu sous-jacent des données. En ce sens, l'analyse ne se

limite pas à une simple description du « quoi » et du « comment » des données¹. Elle vise à comprendre le « pourquoi » (Drisko et Maschi, 2015) ou les significations « non dévoilées » des données (Messu, 1990).

A. Thème 1 : Contexte général

► Question 1 : Quelle est votre perception générale de la capacité d'exportation de l'Algérie vers l'UE ?

Parmi les 24 répondants interrogés, la moitié souligne la capacité limitée des exportations algériennes vers l'UE, marquée par une dépendance excessive aux hydrocarbures (95% des exportations selon un manager de logistique) et une faible diversification. Huit répondants (33,3%), principalement des responsables d'ALGEX et du Ministère du Commerce, pointent du doigt les déséquilibres de l'accord d'association, comme en témoigne cette critique de Mr. BARHOUNI : « *L'accord s'est révélé déséquilibré, entraînant un manque à gagner important pour l'Algérie. Cela est dû à des négociations mal entreprises et à l'absence totale de certaines clauses essentielles* ». Par ailleurs, sept personnes (29,2%), notamment des chefs d'entreprise, dénoncent les barrières normatives européennes, illustrées par le cas du marquage CE « *long et coûteux pour l'électroménager* » (BOUHAL, ALGEX).

Les variations selon les profils sont nettes : les acteurs publics insistent sur les lacunes institutionnelles, les exportateurs privés sur les obstacles logistiques et normatifs, tandis que les universitaires critiquent l'absence de stratégie industrielle, comme le résume Mme. DOUIDENE : « *L'Algérie ne possède toujours pas une base industrielle suffisamment diversifiée et compétitive pour satisfaire durablement les exigences du marché européen* ».

Ces résultats s'articulent parfaitement avec le cadre théorique du mémoire. Le point déjà évoqué sur les asymétries des échanges internationaux trouve son illustration dans les critiques unanimes sur le déséquilibre de l'accord (notamment sa non-réciprocité et ses quotas restrictifs). Quant à la partie consacrée à l'historique et à l'évaluation de l'accord, est confirmé par les constats des répondants sur sa négociation durant la décennie noire et son manque d'impact positif, comme le note Mr. NASRI : « *Signé dans un contexte difficile, il n'a pas été préparé suffisamment* ».

¹ Arsenault, Sous la direction de Florence Piron et Elisabeth : « *Guide décolonisé et pluriversel de formation à la recherche en sciences sociales et humaines* », Québec : Éditions science et bien commun, <https://scienceetbiencommun.pressbooks.pub/projetthese/>, Consulté le 11/05/2025 (19:10).

La problématique de recherche sur les conditions d'accès au marché de l'UE est ainsi éclairée : si l'accord devait favoriser les exportations, il apparaît plutôt comme un facteur d'entrave, en raison de ses lacunes et du manque d'accompagnement des exportateurs face aux normes européennes. Seuls quelques répondants évoquent un potentiel sous-exploité, notamment dans l'agriculture et l'industrie, mais soulignent qu'il reste conditionné à une meilleure conformité aux standards UE et à une stratégie export plus offensive.

► **Question 2 : Comment évaluez-vous la compétitivité des produits algériens sur le marché de l'UE ?**

L'analyse des réponses met en évidence des résultats contrastés quant à la compétitivité des produits algériens sur le marché de l'UE. Une majorité, soit 66,7% des interviewés, considère que cette compétitivité reste faible, en particulier pour les produits hors hydrocarbures, comme le souligne un Mr. TARAFI : « *La compétitivité des produits algériens sur le marché européen reste faible, en dehors des hydrocarbures, en raison d'un manque de diversification, de normes de qualité et d'adaptation aux exigences du marché* ». La moitié des experts identifient les barrières non-tarifaires comme principal obstacle, avec des exemples concrets tels que le coût prohibitif des marquages CE.

L'analyse par profil montre des perspectives différentes : les institutionnels pointent des défaillances structurelles comme l'absence de stratégie sectorielle, tandis que les exportateurs privés décrivent des contraintes opérationnelles spécifiques comme des défis liés à la logistique. Les universitaires mettent en lumière l'inadéquation des produits aux standards européens, illustrée par : « *Plusieurs facteurs freinent le développement des exportations algériennes vers l'UE, notamment les coûts de production relativement élevés, qui réduisent l'attractivité-prix des produits. À cela s'ajoute une qualité qui manque souvent de régularité et une difficulté à répondre de façon systématique aux normes techniques, sanitaires et environnementales imposées par le marché européen* » (AZOUZ, EHEC et Ministère du Commerce extérieur).

Ces constats rejoignent les fondements conceptuels de l'étude, contredisant la théorie des avantages comparatifs (Chapitre 1) par la réalité des coûts de transaction élevés et démontrent l'asymétrie de l'accord d'association (Chapitre 2.). Bien que quelques entreprises (20,8 %) aient réussi à percer le marché grâce à des stratégies ciblées, comme le démontre le cas des pneus IRIS qui rivalisent avec les marques européennes, la compétitivité algérienne reste globalement

entravée par un environnement réglementaire complexe et des lacunes internes en matière de marketing et de logistique, malgré les atouts naturels du pays.

B. Thème 2 : Opportunités

▸ Question 3 : Quelles sont les opportunités offertes par l'accord d'association Algérie-UE ?

D'après les réponses, nous constatons une situation paradoxale où l'accord d'association offre théoriquement des opportunités mais fait face à des obstacles structurels dans sa mise en œuvre. Deux catégories principales d'opportunités émergent : l'accès privilégié au vaste marché de l'UE via des réductions tarifaires et des mécanismes comme les certificats EUR.1 (mentionnés 75 % des interviewés), et les possibilités de coopération sectorielle dans des domaines comme l'agroalimentaire ou l'industrie. Cependant, ces avantages potentiels sont systématiquement tempérés par des contraintes pratiques : les barrières non-tarifaires (normes sanitaires et certifications coûteuses évoquées par la plupart des répondants), les déséquilibres structurels de l'accord (règles d'origine restrictives), et les lacunes internes en matière de compétitivité.

Les perceptions varient sensiblement selon les profils : les institutionnels valorisent les retombées géopolitiques et symboliques, tandis que les opérateurs économiques dénoncent des complexités administratives paralysantes. Quelques succès sectoriels (par exemple les pneumatiques IRIS, les dattes, comme le précise Mr. KOUTSIOURIS : « *En matière d'exportation, les dattes constituent l'un des rares produits à forte capacité* » ou le cuir, comme l'évoque Mr. NECHAK : « *La peau algérienne est l'une des meilleures au monde, ce qui donne un avantage compétitif. Cependant, le marché est soumis aux fluctuations de la bourse et aux tendances de la demande. Historiquement, les années 2011-2013 ont été les meilleures pour les exportations (les 7 choix du cuir étaient tous exportés)* ») démontrent néanmoins que l'accord peut porter ses fruits lorsque s'alignent qualité/produit, conformité normative et stratégie commerciale agressive.

Pour transformer ces opportunités potentielles en avantages concrets, une révision ambitieuse de l'accord s'impose, couplée à un plan national de renforcement des capacités exportatrices. Le défi réside dans l'articulation entre amélioration des termes de l'accord et montée en gamme de l'appareil productif algérien.

► **Question 4 : Quelles tendances du marché de l'UE pourraient favoriser les produits algériens ?**

Plusieurs tendances du marché européen pourraient effectivement bénéficier aux exportations algériennes, selon l'analyse des résultats, à condition d'une adaptation stratégique. L'analyse fait émerger trois dynamiques principales : Premièrement, l'attrait pour les produits naturels et biologiques constitue la tendance dominante, avec 8 participants soulignant cette opportunité. Le secteur alimentaire, notamment les dattes, l'huile d'olive et les cultures saisonnières, bénéficie particulièrement de cette dynamique.

Parallèlement, la valorisation des chaînes d'approvisionnement courtes et stables (nearshoring), identifiée par 12 participants comme un avantage lié à la proximité géographique de l'Algérie. Ainsi, l'évolution des habitudes de consommation vers des produits ethniques et authentiques ouvre une troisième voie prometteuse, mentionnée par 9 participants. La présence d'une importante diaspora maghrébine sur le continent européen amplifie cette tendance et crée des canaux de distribution privilégiés.

Un ensemble de contraintes vient toutefois nuancer ces perspectives favorables : l'inadaptation des emballages aux exigences du marché européen, les carences en matière de traçabilité et de certification, ainsi que les faiblesses infrastructurelles dans la chaîne logistique. En notant que l'examen différencié selon les catégories d'acteurs fait apparaître des perceptions contrastées. D'une part, les représentants institutionnels mettent l'accent sur les opportunités offertes par les cadres d'accords sectoriels déjà en place. D'autre part, les opérateurs exportateurs soulignent l'insuffisance des dispositifs d'accompagnement pour aligner leurs offres sur les attentes du marché de l'UE.

Malgré ces obstacles, certains exemples de réussite, notamment dans le secteur des cosmétiques à base de graines noires ou dans la filière des produits halal, démontrent qu'une pénétration efficace du marché de l'UE devient possible lorsque convergent trois facteurs clés : qualité intrinsèque des produits, stratégie marketing appropriée et respect des normes réglementaires.

Cette observation empirique en comparaison avec le cadre conceptuel développé précédemment, confirme tant l'importance des avantages comparatifs (développés au Chapitre 1) que des flux d'investissements stipulés dans l'accord, dimension sur laquelle les négociateurs algériens ont exercé une insistance particulière (Chapitre 2), comme le souligne Mr. KOUTSIOURIS : « *Il (l'accord) a ouvert le marché algérien aux produits européens, mais en*

contrepartie, l'Algérie a exigé des investissements, notamment à travers la déclaration relative à l'article 9 de l'accord ». L'enjeu fondamental consiste désormais à convertir un potentiel théorique en avantage concurrentiel pérenne, transformation qui requiert une synergie renforcée entre les instances gouvernementales et les acteurs économiques privés.

C. Thème 3 : Limites et obstacles

► Question 5 : Quels sont les principaux obstacles à l'exportation vers l'UE ?

L'analyse souligne une convergence préoccupante autour des obstacles entravant les exportations algériennes vers l'UE, avec trois catégories de défis clairement identifiées. Premièrement, les barrières réglementaires européennes constituent l'obstacle le plus fréquemment cité (par 79 % des répondants), incluant : des normes sanitaires et techniques disproportionnées, des procédures de certification complexes et coûteuses, et des règles d'origine restrictives (ex. : double transformation exigée dans le textile).

Deuxièmement, les lacunes internes algériennes sont tout aussi handicapantes (mentionnées par la majorité des interviewés) : infrastructures logistiques défaillantes (ports saturés augmentant de 20% les coûts selon un logisticien), bureaucratie paralysante (longs délais pour obtenir des autorisations), et déficit technologique (absence ou manque de certifications et de laboratoires d'analyse).

Troisièmement, les déséquilibres structurels de l'accord (soulignés par 14 répondants) créent des asymétries notables, comme le mécanisme des prix d'entrée qui taxe les tomates algériennes en pleine saison européenne. Le secteur le plus affecté est l'agroalimentaire.

► Question 6 : Comment évaluez-vous les barrières d'accès au marché de l'UE ?

La perception des barrières d'accès au marché de l'UE révèle des fractures profondes dans l'appréciation de leur légitimité et de leur impact. En examinant les réponses, la majorité des répondants (78,3 %) considèrent les barrières non-tarifaires comme l'obstacle principal, avec trois mécanismes particulièrement contestés : les normes sanitaires « mouvantes », les procédures d'homologation coûteuses, et les mesures protectionnistes déguisées (comme le prix d'entrée sur les agrumes calculé sur la base des coûts de production européens).

Ensuite, l'analyse par profil révèle des divergences marquées : les institutionnels stipulent que ces barrières sont non discriminatoires « Officiellement, il n'y a pas de barrières à l'entrée

puisque les mêmes règles s'appliquent aux produits des pays membres et partenaires » (KOUTSIOURIS, Délégation de l'UE) et « *Les normes étant unifiées et universelles, il est relativement facile de s'y conformer, à condition de disposer des ressources nécessaires »* (MOUHOUNE, IANOR), tandis que les opérateurs privés dénoncent « *des normes strictes »* (BENKHERROUBI, Hygians Group). Les réponses suggèrent néanmoins des pistes de contournement efficaces : des entreprises ont mis en place des cellules de veille réglementaire et d'autres recourent à des prestataires européens pour les certifications.

Le cas du CBAM (taxe carbone prévue en 2026) illustre la volatilité du marché de l'UE, cette mesure risquant d'ajouter 15 à 20% de coûts supplémentaires aux exportations algériennes non préparées.

D. Thème 4 : Recommandations et perspectives

▸ Question 7 : Quelles recommandations formuleriez-vous pour améliorer l'accès des produits algériens au marché de l'UE ?

L'analyse des réponses révèle un écosystème complexe d'obstacles et d'opportunités qui s'entrecroisent, où l'amélioration de l'accès au marché de l'UE nécessite une approche multidimensionnelle. Les certifications internationales et le renforcement des laboratoires d'analyse, soulignés par huit répondants, ne peuvent être dissociés de la modernisation industrielle préconisée par les directeurs d'entreprise, ces deux aspects formant ensemble le socle de la compétitivité qualitative des produits algériens. Cette exigence de qualité s'articule directement avec les barrières non tarifaires évoquées dans le cadre théorique du commerce international (chapitre 1), illustrant comment les normes européennes constituent à la fois un défi et un levier de développement pour l'industrie algérienne.

La dimension logistique, prioritaire pour sept répondants, s'imbrique naturellement avec la simplification administrative mentionnée par six autres, car l'efficacité des infrastructures portuaires et douanières dépend largement de la fluidité des procédures bureaucratiques. Cette interconnexion est particulièrement mise en évidence par les représentants institutionnels qui voient dans la réduction de la bureaucratie un préalable à l'efficacité logistique. Ces aspects opérationnels ne peuvent être isolés de la formation des opérateurs (cinq mentions), puisque la maîtrise des procédures d'export et des exigences techniques européennes conditionne l'utilisation optimale des infrastructures disponibles.

La révision de l'accord d'association, suggérée par quatre répondants, fait écho aux analyses du chapitre 2 sur les demandes déjà évoquées. Cette renégociation s'entrelace avec la stratégie de promotion internationale (quatre mentions), car la valorisation des produits algériens nécessite un cadre juridique plus équilibré qui reconnaisse leurs spécificités. L'approche stratégique défendue par les universitaires et consultants, notamment à travers la création de clusters export, vient compléter cette vision en proposant des structures collectives capables de mutualiser les efforts et les ressources pour répondre simultanément aux défis de qualité, de logistique et de visibilité internationale.

Les variations entre les différents profils de répondants révèlent non pas des contradictions, mais des perspectives complémentaires qui s'enrichissent mutuellement : la vision pragmatique des industriels sur la compétitivité-prix se nourrit de l'approche plus conceptuelle des universitaires sur le Branding, tandis que la perspective institutionnelle apporte une dimension structurelle essentielle à la professionnalisation de l'ensemble de la chaîne de valeur export.

► **Question 8 : Quelles sont les perspectives d'évolution à moyen et long terme ?**

Les perspectives d'évolution varient entre optimisme prudent et critiques sur les défis structurels. Environ six répondants envisagent une progression des exportations hors hydrocarbures à moyen terme, à condition de mener des réformes industrielles et logistiques. Cinq autres soulignent que cette évolution dépendra d'une transformation profonde de l'économie algérienne, notamment par la diversification et l'innovation. La révision de l'accord d'association est citée par quatre répondants comme une étape clé pour rééquilibrer les échanges commerciaux, tandis que (4) évoquent l'intégration de l'Algérie dans les chaînes de valeur mondiales comme un objectif à long terme. Cependant, quelques répondants, expriment des réserves : « *Sans une réorientation stratégique profonde, l'Algérie risque de rester un simple marché de consommation, marqué par une dépendance persistante aux hydrocarbures et un déséquilibre commercial croissant avec l'UE* » (NASRI, ANEXAL) et « *C'est en travaillant sérieusement et continuellement que l'Algérie pourra percer sur le marché de l'UE* » (YDRI, CEBON).

Les différences selon les secteurs d'activité sont notables. Les industriels, notamment dans l'agroalimentaire et les matériaux de construction, se montrent confiants dans la montée en compétitivité des produits algériens, comme le souligne Mr. BERAFTA : « *Si la qualité continue de progresser, les Européens pourraient eux-mêmes venir chercher nos produits* ». À l'inverse,

les consultants et chercheurs insistent sur la nécessité de réformes politiques et d'une meilleure stratégie d'exportation. Les représentants institutionnels, quant à eux, lient les perspectives économiques à des facteurs externes, tels que les investissements étrangers et la stabilité régionale.

Ces éléments permettent de mieux cerner les conditions qui pourraient, à l'avenir, favoriser ou entraver les exportations algériennes vers le marché de l'UE, répondant ainsi à la problématique de recherche.

II. Synthèse des résultats :

L'analyse des relations commerciales entre l'Algérie et l'Union européenne révèle un partenariat déséquilibré, et ce malgré la signature de l'accord d'association. En effet, bien que cet accord ait été conçu pour favoriser l'intégration économique et commerciale entre les deux parties, les échanges demeurent profondément asymétriques. Les entretiens menés auprès d'un panel diversifié d'acteurs économiques, institutionnels et académiques convergent vers un constat largement partagé : l'accord n'a pas permis à l'Algérie de diversifier significativement ses exportations vers l'UE, ni de réduire sa dépendance aux hydrocarbures.

Les données disponibles confirment ce déséquilibre : près de 95 % des exportations algériennes vers l'Union concernent les hydrocarbures, ce qui reflète une forte dépendance vis-à-vis de cette ressource, occultant ainsi le potentiel encore insuffisamment exploité d'autres secteurs comme l'agriculture, l'agroalimentaire ou certaines industries, qui peinent à s'imposer sur les marchés européens, limitant ainsi leur compétitivité.

▸ Le tableau suivant présente la ventilation des exportations algériennes vers l'UE par catégories de produits, sur la période 2019–2024 :

Tableau N° III.5 : Principales catégories de produits exportés vers l'UE (2019-2023).

Unité : Millions DZD

Libellés	2019	2020	2021	2022	2023
HD : Combustibles minéraux, lubrifiants et produits connexes	2 014 932,7	1 427 254,9	2 907 051,2	5 322 936,5	4 580 389,6
HH : Produits chimiques et produits connexes, n.d.a (non dénommés ailleurs)	116 880,2	84 128,5	222 413,7	459 596,2	222 740,0
HH : Produits alimentaires et animaux vivants	11 290,0	11 699,0	22 399,4	13 425,9	12 978,8
HH : Articles manufacturés	6 436,0	5 215,1	41 097,9	78 728,1	95 514,4
HH : Matières brutes non comestibles, sauf carburants	6 535,5	5 799,6	8 922,4	17 037,2	13 450,4
HH : Machines et matériel de transport	3 790,8	2 002,1	7 270,6	4 496,0	4 076,4
HH : Boissons et tabacs	380,1	496,3	938,1	1 198,4	1 442,6

HH : Articles manufacturés divers	112,0	442,3	423,2	448,0	178,6
HH : Huiles, graisses et cires d'origine animale ou végétale	20,5	56,8	351,6	387,9	190,8
HH : Articles et transactions, non classés ailleurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total UE	2 160 377,7	1 537 094,6	3 210 868,0	5 898 254,3	4 930 961,6

Source : Etabli par nos soins à partir des données de l'ONS.

Les conditions de négociation de l'accord sont également pointées du doigt. Les acteurs interrogés dénoncent un contexte défavorable à l'époque de sa conclusion : une situation politique instable durant la « décennie noire », une préparation insuffisante des négociateurs algériens, l'absence de dispositifs de protection pour les secteurs vulnérables, et une ouverture unilatérale du marché national aux produits européens, sans contreparties effectives. Ces critiques sont renforcées par l'absence d'une stratégie industrielle claire à l'époque et par l'inadéquation fréquente des produits algériens aux normes techniques et qualitatives imposées par l'Union.

En outre, plusieurs obstacles entravent leur accès à ce marché : Les barrières non tarifaires, notamment les normes sanitaires, phytosanitaires, industrielles, ainsi que les exigences en traçabilité, marquage CE ou certification ISO, représentent un défi pour les producteurs algériens, comme en témoigne le refus de la pâte à tartiner « El Mordjene » en France. Ce rejet fait l'objet de deux interprétations : du côté algérien, il est perçu comme une forme de protectionnisme déguisé, voire comme une réaction à la montée en visibilité de la marque sur les réseaux sociaux ; du côté français, les autorités invoquent des non-conformités sanitaires, notamment liées à la gestion de la poudre de lait d'origine européenne utilisée dans la recette. Ce type de divergence souligne la nécessité pour les exportateurs algériens de mieux anticiper et intégrer les standards européens afin de limiter les risques de blocage à l'entrée des marchés. À cela s'ajoutent des mesures tarifaires indirectes telles que les prix d'entrée ou les taxes spécifiques sur les produits agricoles, qui compliquent encore davantage l'exportation.

Les contraintes internes ne sont pas moindres, l'Algérie fait face à des déficiences structurelles : insuffisance des infrastructures logistiques, lourdeurs bureaucratiques, manque de formation des exportateurs, et faiblesse des capacités d'adaptation aux standards internationaux.

En dépit de ces difficultés, il existe de réelles opportunités et un potentiel d'exportation important. En effet, plusieurs tendances favorables du marché de l'UE offrent des perspectives pour les produits algériens : l'essor des produits durables et biologiques, l'intérêt croissant pour les circuits courts (favorisés par la proximité géographique de l'Algérie), une demande accrue

en produits traditionnels (portée en partie par la diaspora maghrébine en Europe), ainsi que le développement du marché des produits halal.

Ces tendances ouvrent la voie à des niches stratégiques prometteuses comme les produits agroalimentaires biologiques, les cosmétiques à base de plantes locales, les produits éthiques et naturels, les matériaux de construction, ainsi que les produits chimiques et engrais. Par ailleurs, les données montrent que l’Algérie parvient à maintenir des flux commerciaux constants avec plusieurs partenaires européens. Cela prouve qu’il existe une réelle demande pour ses produits.

▸ Le tableau suivant illustre l’évolution des importations des principaux clients de l’Algérie dans l’UE, démontrant une progression notable dans certains cas :

Tableau N° III.6 : Principaux pays clients de l’Algérie dans l’UE (2019-2023).
Unité : Millions DZD

Pays	2018	Pays	2019	Pays	2020
France	51 494	France	48 803	France	38 852
Espagne	35 827	Espagne	26 621	Espagne	26 723
Pays-Bas	28 920	Pays-Bas	26 149	Pays-Bas	18 333
Italie	18 653	Italie	13 376	Italie	6 840
Belgique	14 154	Belgique	10 695	Belgique	6 258
Portugal	5 397	Pologne	5 103	Grèce	4 564
Pays	2021	Pays	2022	Pays	2023
France	79 799	France	112 060	France	77 490
Espagne	68 366	Pays-Bas	106 898	Pologne	57 484
Pays-Bas	42 485	Belgique	64 327	Pays-Bas	56 819
Belgique	34 552	Italie	63 366	Belgique	53 446
Italie	20 931	Espagne	49 651	Italie	26 500
Portugal	15 310	Allemagne	29 560	Portugal	14 898

Source : Etabli par nos soins à partir des données de l’ONS.

Ces chiffres, bien que modestes, montrent une tendance positive et la capacité de certains produits algériens à répondre à des besoins ciblés. Ils suggèrent également que, malgré les barrières, l’UE continue de s’approvisionner auprès de l’Algérie, ce qui constitue un levier à renforcer. Certains secteurs montrent déjà des signes de percée, les cas des dattes, de l’huile d’olive et des pneus IRIS en sont des exemples concrets. Ces réussites, bien que limitées en volume, illustrent le potentiel algérien lorsque qualité, conformité et stratégie de positionnement sont réunies. Les opportunités sont donc bien présentes, à condition d’être saisies à travers une réforme structurelle ambitieuse.

Le potentiel d'exportation à l'horizon 2025–2029 est estimé à 1,53 Milliard USD, selon le Centre du commerce international (ITC). Ce potentiel couvre des produits variés comme le ciment et les produits industriels, les engrais (45,9 Millions USD), les métaux ferreux (336,2 Millions USD), les machineries électriques (107 Millions USD), les produits chimiques (192 Millions USD), les fruits (53,3 Millions USD), le sucre (41,3 Millions USD) et les produits agroalimentaires (15,5 Millions USD). Ces estimations, bien qu'encourageantes, supposent un certain nombre de transformations profondes : harmonisation des normes, développement des infrastructures logistiques, renforcement de la production locale, et surtout appui aux entreprises dans l'obtention de certifications reconnues.

Pour tirer pleinement profit de ce potentiel, une série de réformes s'impose : Une renégociation de l'accord d'association s'avère indispensable afin de corriger les déséquilibres initiaux. Cela suppose notamment une révision des contingents, l'allègement des barrières tarifaire et non tarifaires, la reconnaissance mutuelle des normes, et un accès plus équitable au marché.

Sur le plan interne, renforcer les capacités techniques et industrielles passe par des investissements dans la qualité, la certification, la recherche appliquée, la formation et l'harmonisation des standards de production avec les exigences internationales. Le développement logistique, incluant ports, zones industrielles, laboratoires accrédités et plateformes intégrées, est également crucial.

Par ailleurs, un accompagnement ciblé des opérateurs économiques est nécessaire, à travers des formations, un meilleur accès au financement, une simplification administrative, et une participation active aux salons et missions commerciales. La valorisation du label « Made In Algeria », s'appuyant sur la traçabilité, la qualité, l'originalité, et un positionnement intelligent dans les chaînes de valeur européennes, constitue aussi un levier stratégique majeur.

Concernant les perspectives à moyen et long terme, l'évolution des exportations algériennes vers l'UE dépend largement de la capacité du pays à mettre en œuvre les suggestions précédentes de manière coordonnée et cohérente. À moyen terme, on peut s'attendre à une amélioration progressive de la position des produits algériens dans certaines niches spécifiques, notamment l'agroalimentaire, les matériaux de construction et les produits chimiques. Cette période devrait être marquée par un renforcement des capacités industrielles et logistiques, permettant à l'Algérie de mieux répondre aux exigences normatives européennes. À long terme, une diversification significative des exportations algériennes vers l'UE est envisageable, avec

une réduction progressive de la part des hydrocarbures dans le mix exportateur et une montée en puissance des produits à plus forte valeur ajoutée.

Enfin, l'évolution des relations commerciales Algéro-Européennes dépendra aussi de facteurs géopolitiques, notamment dans l'espace méditerranéen. La stabilité politique retrouvée de l'Algérie, sa position stratégique et ses ressources variées sont autant d'atouts dans un contexte de redéploiement des chaînes d'approvisionnement.

En définitive, l'Algérie ne manque ni de ressources, ni de débouchés, ni d'intérêts géostratégiques. Ce qui lui fait défaut, c'est une coordination efficiente entre politiques publiques, acteurs économiques et institutions techniques, ainsi qu'un environnement structurant capable de transformer le potentiel en compétitivité réelle. Avec une vision claire, des investissements ciblés et une diplomatie économique active, elle pourrait non seulement rééquilibrer sa relation commerciale avec l'UE, mais aussi s'affirmer durablement comme un fournisseur fiable, diversifié et compétitif sur le marché européen.

Ce chapitre a permis de faire émerger, à travers une démarche empirique, les perceptions, expériences et constats d'acteurs directement impliqués dans l'exportation de produits algériens vers l'Union européenne. L'analyse a révélé une réalité contrastée, marquée à la fois par des atouts non négligeables et des contraintes structurelles ou conjoncturelles.

Les résultats obtenus offrent des éléments de réflexion pertinents pour envisager des voies d'amélioration dans la valorisation des potentialités algériennes à l'international. L'étude souligne ainsi la nécessité de stratégies d'adaptation ciblées, d'un accompagnement institutionnel accru, ainsi que d'une relecture stratégique de l'accord d'association, à la lumière des enjeux actuels du commerce extérieur algérien.

Conclusion Générale

Ce mémoire a porté sur l'étude des conditions d'accès des produits algériens au marché de l'Union européenne, avec une attention particulière portée aux opportunités offertes par l'accord d'association Algérie-UE et aux obstacles persistants auxquels font face les exportateurs algériens. Après une analyse théorique du commerce international et du cadre juridique de l'accord, l'étude empirique menée dans le troisième chapitre a permis d'explorer les perceptions des acteurs économiques et institutionnels algériens, en confrontant les principes de l'accord aux réalités du terrain.

L'objectif principal de cette recherche était d'analyser les barrières tarifaires et non tarifaires entravant l'accès des produits algériens au marché de l'UE, d'évaluer l'impact de l'accord d'association, de mettre en lumière les produits à fort potentiel exportable, et de proposer des suggestions stratégiques pour renforcer la présence commerciale de l'Algérie sur ce marché. Cette ambition s'inscrit dans un contexte national marqué par la nécessité urgente de diversification économique, dans un environnement commercial globalement compétitif et normé.

Les résultats de l'étude montrent que, si l'accord d'association entre l'Algérie et l'UE offre en théorie un accès préférentiel au marché de l'Union, son application demeure entravée par de nombreuses limites pratiques. D'un côté, des opportunités sont bel et bien identifiées, notamment dans les secteurs agroalimentaires (dattes, huile d'olive, fruits), cosmétiques ou encore les industries du cuir et des pneumatiques, avec un intérêt croissant des consommateurs européens pour les produits naturels, biologiques, ou issus de circuits courts. D'un autre côté, les obstacles structurels sont nombreux : manque de conformité aux normes européennes (techniques, sanitaires, environnementales), déficiences logistiques, surcharge administrative, faible compétitivité des produits hors hydrocarbures, coûts de production élevés et lacunes dans la stratégie d'accompagnement des entreprises exportatrices.

En réponse à notre problématique centrale : « *Dans quelle mesure les conditions d'accès au marché de l'Union Européenne entravent-elles ou favorisent-elles les exportations algériennes ?* », il ressort que les conditions actuelles sont davantage un facteur limitant qu'un vecteur de promotion des exportations. Ainsi :

- L'hypothèse **H1**, selon laquelle l'accord d'association est à la faveur de l'Algérie, est infirmée : les résultats indiquent au contraire un déséquilibre structurel dans les échanges.

En revanche,

- L'hypothèse **H2**, selon laquelle les normes européennes constituent le principal obstacle, est confirmée de manière quasi unanime par les parties prenantes. Ces normes représentent une barrière complexe, tant pour les grandes entreprises que pour les PME, en raison des coûts de certification, du manque de soutien technique, et de l'inadéquation des infrastructures.

Notre recherche aspire à contribuer au domaine par la richesse des témoignages recueillis à travers des entretiens semi-directifs avec une diversité d'acteurs économiques. L'approche qualitative adoptée a permis de faire émerger des réalités du terrain. L'utilisation du logiciel NVivo a renforcé la rigueur de l'analyse en identifiant les convergences et divergences dans les discours. Toutefois, la portée de nos conclusions demeure circonscrite par certaines contraintes méthodologiques. En particulier, cette recherche ne peut prétendre à l'exhaustivité en raison d'un accès partiel aux informations, notamment celles relevant de la sphère politique, qui constitue pourtant une dimension essentielle de notre objet d'étude.

Au vu des résultats, plusieurs suggestions ont été formulées et analysées dans ce mémoire. Elles s'articulent autour de quatre axes prioritaires :

- Améliorer la qualité et la conformité des produits algériens, en investissant dans la certification, la traçabilité et la normalisation.
- Renforcer les capacités logistiques, notamment à travers des projets structurants comme le port d'El Hamdania, et simplifier les procédures douanières.
- Mettre en place un accompagnement ciblé pour les exportateurs, avec des formations, des aides financières et un meilleur accès à l'information commerciale.
- Réviser l'accord d'association, afin d'intégrer des mécanismes de protection des intérêts algériens et de créer un cadre plus équilibré.

En perspective, cette recherche ouvre plusieurs pistes de réflexion. Il serait pertinent d'approfondir l'analyse en la complétant par une étude comparative avec des pays comme la Tunisie, qui ont mieux su tirer profit de leur accord avec l'UE. Une étude quantitative basée sur des indicateurs de performance à l'export (part de marché, taux de pénétration, valeur ajoutée)

viendrait enrichir cette approche. Enfin, l'impact futur de la ZLECAf sur la stratégie d'exportation algérienne mérite une attention particulière, dans une logique de réorientation partielle vers les marchés africains et d'intégration régionale.

Au final, nous pouvons conclure que l'intégration réussie des produits algériens dans le marché de l'Union européenne ne peut reposer uniquement sur les avantages théoriques d'un accord. Elle exige une stratégie nationale cohérente, des efforts concertés entre institutions, entreprises et partenaires européens, et un engagement durable à répondre aux standards du commerce mondial. Ce mémoire espère ainsi avoir contribué, à son échelle, à la compréhension des défis et des leviers d'action pour positionner l'Algérie comme un acteur crédible et compétitif sur la scène euro-méditerranéenne.

Bibliographie

I. Ouvrages :

- ALLAIS (Maurice) :« *La mondialisation, la destruction des emplois et de la croissance : l'évidence empirique* », Clément Juglar, 1999.
- ALLAIS (Maurice) :« *Lettre aux Français sur les réalités économiques et les réformes indispensables* », Clément Juglar, 2009.
- BARTHE (Marie-Annick) :« *Économie de l'union européenne* », Éditions Economica, Paris, 2006.
- BECUWE (Stéphane) :« *Commerce international et politiques commerciales* », Armand Colin, Paris, 2006, p19.
- BOURDARIAT (Jean) :« *Commerce international théories et pratique* », L'Harmattan, Paris, 2011.
- CAPELLE-BLANCARD (Gunther) et CROZET (Mathieu) :« *Economies, théories et politiques international, Paul Krugman, Pierre Pichère, "Le rendement décroissant"* », 2014.
- DOUGLAS (Paul) et COBB (Charles) : « *Cobb-Douglas Production Function* », 1928.
- DUPUY (M) :« *Le modèle de gravité. Fiches d'économie internationale Rappels de cours et exercices corrigés* », Fiche 7, Ellipses, 2019.
- DUPUY (M) :« *Le modèle de gravité. Fiches d'économie internationale Rappels de cours et exercices corrigés* », Fiche 19, Ellipses, 2019.
- FENNETEAU (Hervé) :« *Le cycle de vie des produits* », Ed ECONOMICA, Paris, 1988.
- FONTAGNE (Lionel) :« *Commerce International* », Economica, 1991.
- FONTANA (Andrea) et H. FREY (James) :« *The Interview: From Structured Questions to Negotiated Text, dans Handbook of Qualitative Research* », 2eme édition, Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2000.
- GEREFFI (G) et FERNANDEZ-STARK (K) :« *Global Value Chain Analysis : A Primer* », 2011.
- HERMET (Guy), BADIE (Bertrand), BIRNBAUM (Pierre) et BRAUD (Philippe) :« *Dictionnaire de la science politique et des institutions politiques* », A. Colin, Paris, 1998.
- KNIGHT (W. Andy) :« *A Changing United Nations – Multilateral Evolution and the Quest for Global Governance* », Palgrave, Londres, 2000.
- KRUGMAN (P) et WELLS (R) :« *Macroéconomie* », De Boeck, Bruxelles 2009.
- KRUGMAN (Paul) et OBSTFELD (Maurice) :« *International Economics: Theory and Policy* », Edition 8, Boston: Pearson Addison-Wesley, 2009.
- LEGRAND (Ghislain) et MARTINI (Hubert) :« *Commerce international : BTS* », 2ème édition, Dunod, Paris, 2008.
- M'HAMSDJI (Nachida) et BOUZIDI :« *5 essais sur l'ouverture de l'économie algérienne* », ENAG/Éditions, Alger, 1998.
- MULDOON (James), AVIEL (Joann Fagot) and REITANO (Richard) :« *The New Dynamics of Multilateralism, Diplomacy, International Organizations, and Global Governance* », Routledge, 2010.
- N'DA (Paul) :« *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines : Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel, et son article* », Paris, France : L'Harmattan, 2015.
- PASCO- BERHO (Corinne) :« *Marketing international* », Edition DUNOD, 2008.

- RAINELLI (Michel) :« *Le commerce international* », La Découverte, 10e édition, 2009.
- RAINELLI (Michel) :« *Le commerce international* », La Découverte, Paris, 2004.
- REINERT Max :« *ALCESTE : une méthodologie d'analyse des données textuelles et une application : Aurélia de Gérard de Nerval* », Bulletin de Méthodologie Sociologique, n°26, 1990.
- RICARDO (David) :« *Des principes de l'économie politique et de l'impôt* », éd. Par Jean-Baptiste Say, trad. par F. S. Constancio, J. P. Aillaud, Libraire, Paris, 1819.
- SMOUTS (Marie-Claude) :« *Les Organisations internationales* », A. Colin (coll. Cursus), Paris, 1995.
- SOLOW (Robert) : « *A Contribution to the Theory of Economic Growth* », 1956.
- THIETART (Raymond-Alain) et AL :« *Méthodes de recherche en management* », 4ème édition, Stratégie Master, Dunod, Paris, 2014.
- VAN CAMPENHOUDT (Luc), MARQUET (Jacques) et QUIVY (Raymond) :« *Manuel de recherche en sciences sociales* », 5eme édition, Dunod, 2017.

II. Articles, Rapports et Périodiques :

- ARROUCHE (Nacera) :« *Accompagnement des entreprises algériennes à l'export : Portées et limites* », Revue Performance des Institutions Algériennes Vol 12, 2017.
- BALTA (Paul) :« *MEDITERRANEE, Défis et enjeux* », Les cahiers de Confluences, L'Harmattan, 2000.
- BEJI (Samouel) et OUESLATI (Adnen) :« *L'intégration financière régionale : quels impacts pour les pays en développement ?* », Techniques Financières et Développement N° 111, no 2, 2013.
- BELKACEM KASMI (Djamila) et HERIZI (Ratiba) :« *Échanges industriels entre l'Algérie et l'Union européenne et démantèlement tarifaire des produits industriels* », Mondes en Développement Vol 45, no 180, 2017.
- BENABDESSELAM (Mohammed) et DAGUZAN (Jean-François) :« *Les relations UE-Algérie : entre ambitions partagées et réalités complexes* », Confluences Méditerranée Vol 89, no 02, 2020.
- BENNINI (Mohamed) :« *ALGEX (ex. PROMEX) - La promotion des exportations hors hydrocarbures* », Forum Algérien pour la Citoyenneté et la Modernité Communication, Juin 2004.
- BERTHELEMY (Jean-Claude) :« *Commerce international et diversification économique* », Revue d'économie politique, vol 115, 2005.
- BHAGWATI (J) :« *Regionalism and Multilateralism: An Overview* », Cambridge University Press, 1993.
- BOULANOUAR (Messaouda) :« *Pour une refondation de l'association économique et commerciale entre l'Algérie et l'Union Européenne* », Journal of Science and Knowledge Horizons Vol 04, no 02, Décembre 2024.
- BOUYACOUB (Ahmed) et AUGIER (Patricia) :« *Le partenariat Algérie-UE à l'épreuve des nouvelles réalités géopolitiques* », Mediterranean Politics Vol 26, no 03, 2021.
- CALENDIA :« *Du régionalisme de jure au régionalisme de facto : Histoire et trajectoire d'un demi-siècle d'intégration régionale en Afrique centrale* », Le calendrier des lettres et sciences humaines et sociales, Février 2020.

- CHEIKH (Najia) :« *Les dispositifs d'incitation à la promotion des exportations hors-hydrocarbures en Algérie : constat et analyse* », Revue Al Ustadh Al Bahieth des Études Juridiques et Politiques Vol 2, no 10, Juin 2018.
- Commission européenne :« *L'accord euro-méditerranéen entre l'Union européenne et l'Algérie* », Dossier spécial, Edition numéro 27 A, 15 Janvier 2002.
- Conseil de l'Union européenne :« *Union économique et monétaire - Textes juridiques et politiques* », Office des publications de l'Union européenne, Luxembourg, 2014.
- DEBLOCK (Christian) :« *Les nouveaux accords commerciaux régionaux* », Revue québécoise de droit international, 2021.
- Délégation de l'Union européenne en Algérie :« *Rapport de coopération Union Européenne – Algérie* », Alger, Algérie : Union Européenne, 2016.
- Délégation de l'Union européenne en Algérie :« *Rapport de coopération Union Européenne – Algérie* », Alger, Algérie : Union Européenne, 2014.
- FRANCOISE (Nicolas) :« *De Facto and De Jure Regional Economic Integration in East Asia: How do They Interact* », The Singapore Economic Review Vol 55, no 1, 2010.
- HETTNE (Björn) et SODERBAUM (Fredrik) :« *Theorising the Rise of Regionness* », New Political Economy Vol 5, no 3, Novembre 2000.
- HUGON (Philippe) :« *Analyse comparative des processus d'intégration économique régionale* », Série Rapports d'étude, Direction générale de la coopération internationale et du développement, Paris, 2001.
- Institut Catala de la méditerranée, forum civil Euromed :« *Vers un nouveau scenario de partenariat euro- méditerranéen* », Généralités de Catalogne, 1996.
- Institut international d'études sociales Organisation Internationale du Travail :« *La dimension sociale des accords de libre-échange* », Organisation Internationale du Travail, Genève, 2013.
- KIROUANI (Lyes) et ZIDELKHIL (Halim) :« *Le volet agricole dans les accords d'association entre l'Algérie et l'UE* », Journal of Advanced Economic Research Vol 05, no 02, Juin 2020.
- MAGNAN-MARIONNET (F), CONTAMINE (P) et BONZOM (P) :« *Le partenariat Economique et financier euro- méditerranéen* », Bulletin de la Banque de France, n° 168, 2007.
- MANSFIELD (Edward. D) et MILNER (Helen. V) :« *Votes, Vetoes, and the Political Economy of International Trade Agreements* », Princeton University Press, 2012.
- MESBAHI (Fatima Zahra) :« *Trade between Algeria and the European Union* », Finance and Business Economies Review Vol 03, no 04, 31 Janvier 2020.
- MOKHTARI (Karima) :« *L'accord d'association Algérie-Union européenne : Bilan et perspectives* », Revue algérienne des sciences juridiques et politiques Vol 55, no 02, 2018.
- NYAHOHO (Emmanuel) :« *Le commerce international : théories* », Presses de l'Université du Québec, Sainte Foy, 2006.
- OCDE :« *Principaux indicateurs économiques* », Volume 2020 Numéro 12, Édition OCDE, Paris, 2020.
- PASCAL (Lamy) :« *Intégrations régionales en Afrique : ambitions et vicissitudes* », Notre Europe, Paris, 2010.

- PATEL (Mayur) :« *Fiche Technique N°4 : Intégration Régionale* », South Centre, Suisse, Mars 2007.
- Rapport Annuel 1997 :« *Observatoire National Des Droits de l'Homme* », Alger, 3eme trimestre, 1998.
- Revue de la douane, N°20, 1995.
- SAOULI (Selma) et ZAID (Hizia) :« *Étude comparative des échanges internationaux entre l'Algérie et les États membres de l'Union Européenne et la Ligue Arabe (2005-2021)* », Revue Le Manager Vol 09, no 03, 2022.
- SID AHMED (Abdelkader) :« *Perspective pour le Partenariat Euro-Maghrébin* », Panoramiques Politiques Cultures et Sociétés, Marier le Maghreb à l'Union Européenne, Édition panoramique Corolet, 1999.
- THOMAS (David R) :« *A general inductive approach for analyzing qualitative evaluation data* », American Journal of Evaluation Vol 27, no 02, 2006.
- VOIGHT (Lisa), RAKATOMALA (Dominique), et VOAHANITRINIAINA (Rabary-Andriamanday) :« *Guide Facile : Intégration Régionale* », Friedrich-Ebert-Stiftung, Antananarivo, Madagascar, 2008.
- WOOLF (Nicholas H) et SILVER (Christina) :« *Qualitative Analysis Using NVivo: The Five-Level QDA Method* », Developing Qualitative Inquiry, New York: Routledge, 2017.
- ZIAD (M'hamed) et KHALDI (Ali) :« *L'impact du partenariat euro-méditerranéen sur l'économie algérienne* », Revue des Réformes Économiques et Intégration en Économie Mondiale Vol 13, no 03, 2019.

III. Travaux universitaires :

- AYADI (Manal) :« *L'impact de la dynamique de l'intégration régionale sur l'économie algérienne Etude de cas : Accord d'association entre l'Algérie et l'Union Européenne* », Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de Licence en sciences commerciales, Option : Affaires Internationales, EHEC Alger, 2012.
- BARACHE (Nihad) et HAMITI (Souhila) :« *L'intégration régionale euro-méditerranéenne, Cas de l'Algérie UE* », Mémoire de Master en sciences commerciales, Option : Economie Appliquée et Ingénierie Financière, Université de Bejaia, 2017.
- BOUARABA (Melkheir) et CHEBLI (Cheherazed) :« *Les entreprises algériennes entre le soutien accordé et les contraintes rencontrées à l'export : Cas d'ALGEX* », Mémoire de Master en sciences commerciales, Option : Finance et Commerce International, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 2018.
- BOUGHIDENE (Rachid) :« *Les accords d'association euro-méditerranéens : Quel impact sur le développement ? Cas de l'Algérie* », Mémoire de Magister en Science Économique, Université Abderrahmane MIRA, Bejaia, 2007.
- CALERO (Jean-Paul) :« *Le choix entre une zone de libre-échange et une union douanière : Causes et impacts de la crise péruvienne dans le pacte andin durant les années 1990* », Mémoire de maîtrise en Science Politique, Université du Québec, Montréal, 2007.
- D'AVINO (Loredana) :« *Les mouvements de capitaux en union économique et monétaire : approches historiques et théoriques* », Thèse de doctorat, Université Bourgogne Franche-Comté, 2019.

- DIAFI (Zahéra) et BOULENOUAR (Bachir) :« *Accord d'association Algéro-européen : état des lieux et réalités* », Revue Algérienne d'Économie et Gestion Vol 17, no 01, 2023.
- DJAFRI (Kahina) et KHERBOUCHE (Ouidad) :« *L'impact de l'accord d'association Algérie-UE Sur l'économie Algérienne* », Mémoire de Master en sciences commerciales, Option : Finances et Commerce International, Université A. Mira, Bejaia, 2018.
- DOREAU (Marie), BARTHELET (Benjamin) et SIBIEUDE (Mathieu) :« *Les Barrières Tarifaires et Non Tarifaires : Une Entrave Au Commerce International* », ES LAVAL - Faculté des sciences de gestion, 2004.
- GUENDOUDI (Brahim) :« *l'information commerciale, facteur de promotion du commerce extérieur* », Faculté des Sciences Économiques et des Sciences de Gestion, Université Mouloud Mammeri.
- HAMADACHE (Fatma) et HATEB (Souad) :« *L'impact des accords d'associations avec l'UE sur le commerce extérieur de deux pays : Étude comparative entre l'Algérie et le Maroc* », Mémoire de Master en Sciences Économiques, Option : Monnaie-Finance-Banque, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 2016.
- HAOUCHINE (Amel) :« *Identification des obstacles à l'exportation des produits Algériens vers le marché de l'Union Européenne ETUDE DE CAS : la pomme de terre* », Mémoire de fin de cycle pour l'obtention d'un Master en sciences commerciales, Option : Affaires Internationales, EHEC Alger, 2016.
- HARBI (Lydia) :« *L'impact de l'accord d'association entre l'Algérie et l'Union européenne sur le commerce extérieur de l'Algérie ETUDE DE CAS : Ministère du commerce* », Mémoire de fin de cycle pour l'obtention du diplôme de Master en sciences commerciales, Option : Affaires Internationales, EHEC Alger, 2018.
- KACI (Nadjet) :« *Prolifération des accords commerciaux régionaux et l'organisation mondiale du commerce* », Thèse de Doctorat en Sciences Économiques, Université d'Oran 2, 2021.
- LATTOUF (Ziad) :« *Les droits de l'homme au centre de l'accord d'association Algérie-Union Européenne comme un enjeu Euroméditerranéen de bon voisinage* », Université Panthéon-Assas, Centre Thucydide, 2008.
- MAYANGUI (Geslin Morel Mboukou) :« *Les principaux obstacles aux échanges commerciaux intra-régionaux en Afrique Centrale : cas de la Communauté Économique et Monétaire de l'Afrique Centrale (CEMAC)* », Mémoire de maîtrise en administration publique, concentration-Administration internationale, École nationale d'administration publique (ENAP), Canada, 2019.
- ZIAD (M'hamed) :« *L'impact des accords euro-méditerranéens : Une analyse quantitative* », Mémoire de Magister en Sciences Économiques, Option : Économie de l'intégration Régionale, Université d'Oran, 2006.

IV. Textes règlementaires :

- Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne.
- Arrêté du 9 Juillet 2002 :« *Journal Officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire* », N° 56, 18 Août 2002.
- Arrêté interministériel du 30 Juillet 2005 :« *Journal Officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire* », N° 83, 25 Décembre 2005.

- Article 13 du règlement intérieur du Conseil d'association.
- Décret exécutif n°04-174 du 12 Juin 2004 :« *Journal Officiel de la République Algérienne Démocratique et Populaire* », N° 39, Article [2-3], 16 Juin 2004.
- Journal Officiel de la République Algérienne : *art. 7 et annexe II du protocole n°6* relatifs aux règles d'origine, *décret présidentiel n° 05-159 du 27 avril 2005* portant ratification de l'accord euroméditerranéen entre l'Algérie et la Communauté européenne, n° 31, 30 Avril 2005.

V. Documents administratifs :

- Documentation d'ALGEX.
- Revue d'ALGEX :« Forum du Commerce Extérieur », n°31, Décembre 2024.

VI. Webographie :

- « A- Présentation de l'Accord d'Association | Ministère du Commerce Algérie », <https://www.commerce.gov.dz/fr/a-presentation-de-l-accord-d-association>, Consulté le 17/02/2025 (22:18).
- « Accord d'association Algérie-UE, l'évaluation un aspect primordial » <https://www.elmoudjahid.dz/fr/economie/accord-d-association-algerie-ue-l-evaluation-un-aspect-primordial-178286>, Consulté le 21/02/2025 (16:10).
- « Agence nationale de la promotion du commerce extérieur (ALGEX) | Ministère du Commerce Algérie », <https://www.commerce.gov.dz/fr/agence-nationale-de-la-promotion-du-commerce-exterieur-algex>, Consulté le 06/03/2025 (23:07).
- « Algérie- UE, la révision de l'accord d'association sur une base “gagnant-gagnant” rééquilibra les relations économiques entre les deux parties », <https://www.aps.dz/economie/182088-algerie-ue-la-revision-de-l-accord-d-association-sur-une-base-gagnant-gagnant-reequilibrera-les-relations-economiques-entre-les-deux-parties>, Consulté le 21/02/2025 (15:48).
- « COURS 3 : Régionalisation, gouvernance et régulations internationales | Melchior », <https://www.melchior.fr/cours/complet/cours-3-regionalisation-gouvernance-et-regulations-internationales>, Consulté le 06/01/2025 (22:45).
- « Définition Doing Business », <https://www.glossaire-international.com/pages/tous-les-termes/doing-business.html>, Consulté le 12/01/2025 (13:48).
- « Dix ans après la crise, où en est le commerce mondial | vie-publique.fr », Publié le 28/01/2019, <https://www.vie-publique.fr/parole-dexpert/20335-dix-ans-apres-la-crise-ou-en-est-le-commerce-mondial>, Consulté le 04/01/2025 (15:10).
- « Doing Business », <https://archive.doingbusiness.org/fr/rankings>, Consulté le 12/01/2025 (13:59).
- « Foire Commerciale Intra-Africaine », <https://2025.iatf.africa/newfront/>, Consulté le 10/03/2025 (16:27).
- « Guides par sujet : NVivo : Accueil », <https://uqam-ca.libguides.com/nvivo/accueil>, Consulté le 22/04/2025 (22:30).
- « IATF 2025 », Publié le 10/03/2025, <https://algeriainvest.com/fr/news/iatf-2025-lalgerie-au-centre-du-commerce-africain-afreximbank-renforce-son-engagement>, Consulté le 10/03/2025 (16:35).

- « L'accord d'association Algérie et Europe, enjeux et limites » <https://legal-doctrine.com/en/edition/Laccord-dassociation-Algerie-et-Europe-enjeux-et-limites>, Consulté le 21/02/2025 (16:25).
- « L'organisation mondiale du commerce : Qu'est-ce que l'OMC ? » https://www.wto.org/french/thewto_f/thewto_f.htm, Consulté le 30/12/2024 (18:29).
- « L'organisation mondiale du commerce : Qui sommes nous ? », https://www.wto.org/french/thewto_f/whatis_f/who_we_are_f.htm, Consulté le 30/12/2024 (18:48).
- « L'Union Européenne et l'Algérie, relations politique, dialogue permanent » https://www.eeas.europa.eu/algerie/lunion-europeenne-et-lalgerie_fr?s=82, Consulté le 24/02/2025 (21:49).
- « La décision du président de la République de créer deux instances chargées de l'importation et de l'exportation apportera et fluidité au commerce extérieur », Publié le 14/04/2025, <https://www.aps.dz/economie/185247-la-decision-du-president-de-la-republique-de-creer-deux-instances-chargees-de-l-importation-et-de-l-exportation-apportera-transparence-et-fluidite-au-commerce-exterieur>, Consulté le 15/04/2025 (22:17).
- « Nos missions - Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur », <https://www.algex.dz/algex/nos-missions>, Consulté le 06/03/2025 (22:42).
- « OMC | Accords commerciaux régionaux - portail », https://www.wto.org/french/tratop_f/region_f/region_f.htm, Consulté le 06/01/2025 (16:30).
- « Organigramme et Missions », <https://dcwaintemouchent.dz/index.php/fr/direction/organigramme-et-missions/30-direction>, Consulté le 07/03/2025 (16:59).
- « P3A Programme d'Appui à la Mise en Œuvre de l'Accord d'Association : » https://www.p3a-algerie.org/wp-content/uploads/2018/02/Brochure_P3A.pdf, Consulté le 21/02/2025 (14:24).
- « Population de l'Algérie 2014-2028 », Statista, <https://fr.statista.com/statistiques/687689/population-totale-algerie/>, Consulté le 21/02/2025 (17:27).
- « Programme MEDA | EUR-Lex », <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=legissum:r15006>, Consulté le 23/02/2025 (13:42).
- Arsenault, Sous la direction de Florence Piron et Élisabeth : « Guide décolonisé et pluriversel de formation à la recherche en sciences sociales et humaines », Québec : Éditions science et bien commun, <https://scienceetbiencommun.pressbooks.pub/projetthese/>, Consulté le 11/05/2025 (19:10).
- ECOTIMES, « L'Algérie participera dans 23 manifestations économiques à l'étranger : 2024, année du « made in Algeria » », Publié le 27/12/2023, <https://ecotimesdz.com/lalgerie-participera-dans-23-manifestations-economiques-a-letranger-2024-annee-du-made-in-algeria/>, Consulté le 10/03/2025 (15:33).
- « EUR-Lex - 52012PC0700 - FR », <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52012PC0700>, Consulté le 20/02/2025 (21:24).

VII. Autres :

- Communication de la Commission au Conseil et au Parlement Européen sur le renforcement de la politique Méditerranéenne de l'Union Européenne, établissement du P.E.M, 19 Octobre 1994 (Com/94/427), Bull. UE, Supplément 2/95, p11. Mots de l'UE propositions pour la mise en œuvre d'un Partenariat Euro-Méditerranéen, 8 Mars 1995 (Com (95)72), Bull U.E supplément 2/95.
- Communiqué de presse de la commission européenne :« *l'Europe élargie- Voisinage ; un nouveau cadre propose pour les relations avec les voisins orientaux et méridionaux de l'UE* », IP/03/358, Bruxelles, 2003.
- TAKARLI (Ati) :« *Les exportations hors-hydrocarbures algériennes* », Communication à l'occasion de la tenue de la Convention France Maghreb, Paris, Février 2008.

Annexes

École des Hautes Études Commerciales

Guide d'entretien

Bonjour,

Tout d'abord, nous tenons à vous remercier chaleureusement d'avoir accepté de participer à cet entretien.

Nous sommes deux étudiantes en Master 2 à l'École des Hautes Études Commerciales (EHEC), et dans le cadre de notre mémoire de fin d'études, nous menons une recherche portant sur : « *Accès des produits algériens au marché de l'Union Européenne : opportunités et obstacles* ».

Ce travail vise à répondre à la problématique suivante : « *Dans quelle mesure les conditions d'accès au marché de l'Union Européenne entravent-elles ou favorisent-elles les exportations algériennes ?* ».

Nous vous assurons que toutes les informations recueillies dans le cadre de cet échange seront traitées de manière confidentielle.

Encore une fois, nous vous remercions pour votre précieuse collaboration.

Partie 1 : Contexte général

1. Quelle est votre perception générale de la capacité d'exportation de l'Algérie vers l'UE ?
2. Comment évaluez-vous la compétitivité des produits algériens sur le marché de l'UE ?

Partie 2 : Opportunités

3. Quelles sont les opportunités offertes par l'accord d'association Algérie-UE ?
4. Quelles tendances du marché de l'UE pourraient favoriser les produits algériens ?

Partie 3 : Limites et obstacles

5. Quels sont les principaux obstacles à l'exportation vers l'UE ?
6. Comment évaluez-vous les barrières d'accès au marché de l'UE ?

Partie 4 : Recommandations et perspectives

7. Quelles recommandations formuleriez-vous pour améliorer l'accès des produits algériens au marché de l'UE ?
8. Quelles sont les perspectives d'évolution à moyen et long terme ?

Annexe N° 2 : Grille d'analyse thématique des entretiens, élaborée à l'aide de NVivo 15.

	Thème 1 : Contexte général	Thème 2 : Opportunités	Thème 3 : Limites et obstacles	Thème 4 : Recommandations et perspectives
<p>1 :</p> <p>ELBAHRI Taher</p> <p>Date = 19/02/2025 Durée/Moyen = 1h 12min Fonction occupée = Administrateur Assistant, Consultant en Export Organisme/Entreprise = Dar Elmosader - ALGEX</p>	<p>1)» La capacité d'exportation de l'Algérie vers l'Union Européenne est limitée. Elle se concentre principalement sur les dérivés d'hydrocarbures, et fait face à de nombreux obstacles. L'accord d'association entre l'Algérie et l'UE fonctionne comme une voie unique, caractérisée par une non-réciprocité qui désavantage l'Algérie. Par exemple, durant la période de production du raisin, l'Union Européenne applique un système de quotas pour le vin, en fixant des plafonds très bas afin de protéger sa propre production viticole et d'éviter toute concurrence directe.</p> <p>2)» Les produits algériens compétitifs sur le marché de l'UE comprennent principalement les fruits, légumes, hydrocarbures, chocolat, huile d'olive et chaussures. Ces produits sont demandés pour leur prix avantageux, leur qualité et leur disponibilité en temps opportun (timing).</p>	<p>3)» L'accord d'association offre théoriquement des opportunités d'échange entre les pays, mais avec des quotas et des normes strictes. Concrètement, il n'y a pas d'opportunités réelles pour l'Algérie. Des certifications internationales sont systématiquement demandées, ce qui constitue un frein supplémentaire.</p> <p>4)» Les tendances du marché de l'UE qui pourraient favoriser les produits algériens concernent principalement les poivrons, carottes, courgettes, légumes en général et les services.</p>	<p>5)» Les principaux obstacles sont les systèmes de quotas, les normes strictes, les exigences de certifications et les permis d'exportation. Certains produits comme les agrumes, poivrons, piment et miel sont par exemple interdits d'entrée en France. De plus, les produits subventionnés par l'État algérien sont interdits d'exportation.</p> <p>6)» Les barrières sont considérées comme non fondées et représentent des obstacles injustifiés pour les exportateurs algériens, alors que l'Algérie, de son côté, n'impose pas de barrières équivalentes aux produits européens, appliquant ainsi une ouverture asymétrique de son marché.</p>	<p>7)» Pour améliorer l'accès au marché de l'UE, il serait nécessaire de développer plus de laboratoires d'analyse, d'obtenir des certifications internationales et de renforcer les systèmes de contrôle de qualité. La mise en place d'un 'couloir vert' facilitant les procédures douanières serait également bénéfique. Il est tout aussi crucial de renforcer la crédibilité des laboratoires nationaux en obtenant des accréditations reconnues internationalement et de mettre en place des réglementations claires pour garantir la traçabilité et la manipulation conforme des produits destinés à l'exportation.</p> <p>8)» Les perspectives d'évolution sont liées aux changements actuels dans les relations internationales. Une révision de l'accord d'association est nécessaire, car il a été négocié à l'époque où l'Algérie était en position de faiblesse. Aujourd'hui, le rapport de force a changé, ce qui pourrait permettre une renégociation plus favorable pour l'Algérie. Il est important de noter le déséquilibre commercial flagrant : entre 1995 et 2023, l'Europe a réalisé environ 1000 milliards d'euros d'exportations vers l'Algérie, tandis que l'Algérie n'a exporté que 1 milliard d'euros vers l'Europe.</p>

<p>2 :</p> <p>BARHONI Soufiane</p> <p>Date = 26/02/2025 Durée/Moyen = 54min Fonction occupée = Administrateur, Direction Analyse des Produits, Sous-direction Analyse des Produits Industriels Organisme/Entreprise = ALGEX</p>	<p>1)» L'accord d'association Algérie-UE prévoit une facilitation des exportations à double voie, structurée autour de trois listes principales. On y trouve des réductions de taux avec exonération tarifaire au cours de l'année, des contingents sous forme de quotas (pour la pomme de terre, etc.), et des exonérations par période (ex : la tomate). L'accord comporte six protocoles distincts. Initialement, l'objectif politique était l'intégration de l'Algérie dans la scène internationale, mais l'accord s'est révélé déséquilibré, entraînant un manque à gagner important pour l'Algérie. Cela est dû à des négociations mal entreprises et à l'absence totale de certaines clauses essentielles, notamment concernant les nouveaux membres de l'UE qui ne devraient pas automatiquement bénéficier de l'accord.</p> <p>2)» La compétitivité des produits algériens est entravée par les mécanismes de protection des exportations de l'UE, notamment les prix d'entrée imposés. Certains produits de base qui étaient totalement importés de l'UE sont désormais produits en Algérie, comme la poudre de lait, le fer et le ciment, ce qui démontre une amélioration de la capacité productive nationale.</p>	<p>3)» Opportunités : Mise de l'Algérie sur la scène internationale. Évolution de la position algérienne, démontrant sa capacité à intégrer l'économie internationale. Renforcement des capacités des entreprises algériennes. Conservation des intérêts politiques dans une ère de blocs géopolitiques marquée par l'intersection des intérêts économiques et politiques. Les aides financières et les programmes d'assistance prévus dans l'accord n'ont pas été appliqués, limitant ainsi les opportunités réelles. Toutefois, la position actuelle de force de l'Algérie lui a permis de demander une révision de l'accord, que l'UE a acceptée. Cette révision pourrait offrir de nouvelles opportunités, notamment en permettant l'accès de tout produit ayant un potentiel d'exportation.</p> <p>4)» Le marché européen comporte plusieurs segments potentiellement intéressés par les produits algériens : les Algériens et musulmans résidant en Europe, les Européens eux-mêmes, et les personnes qui découvrent les produits algériens pour la première fois.</p>	<p>5)» Obstacles : Non directe : normes, prix, périodes, interdiction d'exportation de produits d'origine animale, l'élément agricole (jus par exemple), les contingents et le prix d'entrée, sans que des mesures équivalentes soient imposées en retour par l'Algérie. Mécanismes de notation non transparents et biaisés qui ne reflètent pas la santé économique et financière du pays, comme le degré de risque du pays (COFAS). Logistiques. Procédurales. Le cas du textile illustre ces obstacles : bien que tout le processus de production respectât les normes, les exportations n'étaient pas acceptées, et les entreprises algériennes étaient redirigées vers l'Afrique.</p> <p>6)» Les barrières d'accès aux marchés européens sont considérables et souvent injustifiées. Les barrières non tarifaires constituent un obstacle majeur qui devrait être reconsidéré dans la révision de l'accord. Le système manque de transparence et les procédures sont complexes, ce qui décourage les exportateurs algériens.</p>	<p>7)» Recommandations : Élaborer un accord transparent et clair. Consulter des experts et parties concernées pour préparer un projet d'accord solide. Assurer l'équilibre et le respect de la souveraineté nationale. Préciser les pays concernés en cas de sorties ou d'entrée de membres de l'UE, soit en renégociant l'accord en général ou en procédant vers une négociation bilatérale. Définir clairement les conditions et procédures de résiliation. Considérer les intérêts politiques (Palestine, Israël, Sahara occidental). Garantir la libre circulation des produits algériens dans les pays de l'UE. Reconsidérer l'accès des produits d'origine animale. Étudier en détail les articles, clauses et produits (produit par produit). Faire appel aux mécanismes de prise de décision de la Banque Mondiale (scénarios) pour les produits. Adapter les normes algériennes aux normes européennes et la mise en place de normes halal communes. Évaluer l'accord chaque année et traiter les problèmes rencontrés. Encourager la mise en relation des affaires par les ambassades. Assurer l'application littérale de l'accord. Réserver des terres à l'export, définir les quotas réservés au marché local et à l'exportation. L'Algérie doit négocier la priorité donnée à ses produits pour garantir leur vente.</p> <p>8)» Perspectives d'évolution : Révision de l'accord. Approfondissement des échanges commerciaux et conservation du marché à cause de proximité géographique et importance géographique. L'harmonisation progressive des normes et standards, facilitant l'accès des produits algériens au marché de l'UE.</p>
--	--	---	--	--

<p>3 :</p> <p>BOUHAL Sidali + BELAIBIDI Walid</p> <p>Date = 09/04/2025 Durée/Moyen = 1h 23min</p> <p>Fonction occupée = Directeur des Services Spécialisés + Sous-Directeur des Services Spécialisés Organisme/Entreprise = ALGEX</p>	<p>1)» Les exportations agricoles algériennes ne dépassent pas les 150 millions USD, tandis que les hydrocarbures et leurs dérivés restent la principale cause de l'excédent de la balance commerciale. Cette situation reflète une capacité limitée d'exportation, car l'accord n'a ni été correctement étudié ni réellement exploité par les opérateurs économiques algériens. Dès sa négociation, l'accord a été motivé davantage par des considérations politiques que par des intérêts économiques stratégiques. L'UE, de son côté, n'a pas respecté plusieurs de ses engagements, notamment en matière d'assistance technique, de transfert de technologie et d'investissements promis. Un autre point de blocage réside dans un problème de langage et de compréhension : l'Algérie réclame une distinction claire entre hydrocarbures et produits hors hydrocarbures (HH), une exigence que l'UE ne reconnaît pas pleinement. Sur le plan agricole, l'UE adopte également des mesures protectionnistes, notamment pendant ses périodes de production saisonnière, en bloquant l'accès aux contingents et en imposant des restrictions via les prix d'entrée et les éléments tarifaires. Un exemple frappant illustre le retard de l'Algérie : elle n'exporte que 2,2 millions USD d'huile d'olive, contre 2 milliards USD pour la Tunisie, montrant ainsi un écart significatif en matière de performance à l'export, malgré un potentiel comparable.</p> <p>2)» Les produits algériens ne sont pas compétitifs, selon les statistiques, à cause de : Normes, règles d'origine, barrières tarifaires et non tarifaires. Problèmes de logistique, marketing, service après-vente, réactivité, quantité, concentration sur le marché. Certifications coûteuses : exemple du marquage CE pour l'électroménager (tests, processus long et coûteux). Pour être compétitif, le produit doit avoir un élément différenciateur, s'adapter au cycle de vie et aux attentes du consommateur européen.</p>	<p>3)» Les produits primeurs et saisonniers (ex : tomates cerises, pommes de terre, légumes), soumis aux règles d'origine, peuvent représenter une opportunité si l'on tire parti de la production hors saison grâce au climat saharien, puisque l'UE ferme son marché pendant sa propre période de production, mais l'ouvre durant les arrières saisons. Les règles d'origine se présentent sous trois formes : Produit entièrement originaire. Transformation substantielle et suffisante. Transformation insuffisante (non suffisante). Exemples : Sucre : son taux d'intégration est fixé dans l'accord. Textile : une double transformation n'est pas suffisante (filature + confection). Possibilité de recours à des systèmes de cumul bilatéral ou diagonal. Contingents tarifaires et quantitatifs : Tarifaire : par exemple, l'huile d'olive est exonérée de droits de douane jusqu'à un certain tonnage. Quantitatif : au-delà d'un seuil fixé, l'accès au marché est bloqué. L'Algérie n'a pas su saisir ces opportunités, car les opérateurs économiques n'ont pas suffisamment étudié ni exploité les dispositions de l'accord.</p> <p>4)» Il existe une tendance croissante en faveur des produits bio, agricoles naturels et sans OGM, dont l'Algérie pourrait tirer parti, car ses produits sont majoritairement naturels et le pays bénéficie d'un climat ainsi que d'un sol favorable. Pour pouvoir exporter vers l'Union européenne, il est essentiel de respecter les itinéraires techniques exigés par celle-ci, afin d'assurer la conformité aux normes et de s'intégrer aux chaînes d'approvisionnement internationales, notamment pour les produits industriels. Il est également crucial d'étudier le marché, les habitudes de consommation ainsi que l'évolution de la demande, car il s'agit d'un marché en constante évolution. En plus de s'insérer aux chaînes de valeurs mondiale.</p>	<p>5)» Obstacles : OTC (obstacles techniques au commerce). Certifications coûteuses et complexes. Produits agricoles : soumis à la saisonnalité, quotas tarifaires et quantitatifs. Problème de transposition des normes européennes (non harmonisées avec les normes locales). Pour l'électroménager : marquage CE obligatoire, certifié par un organisme européen. Absence d'Accords de Reconnaissance Mutuelle (ARM) pour les produits sanitaires ou d'origine animale (ex. poudre de lait). AEC (Accord d'Évaluation de la Conformité) inexistant. Huile d'olive : problèmes de taux d'acidité, emballage inadapté, prix élevé.</p> <p>6)» Les barrières à l'entrée sont principalement non tarifaires et nombreuses, en particulier en ce qui concerne les normes sanitaires et phytosanitaires, ainsi que les deux types de taxes : le prix d'entrée et l'élément tarifaire.</p>	<p>7)» recommandations : Établir des accords sanitaires et de reconnaissance mutuelle pour les certifications. Permettre l'inspection des produits (notamment animaux) par des experts européens. Créer des laboratoires d'analyse agréés en Algérie. Informer et former les opérateurs. Les autorités doivent vulgariser l'accord et soutenir les opérateurs. Faire appel à de grands cabinets d'étude pour évaluer l'accord et ses failles. Besoin d'attirer les IDE (Investissements Directs Étrangers), notamment les grands producteurs. Revoir la structure des droits de douane et de la TVA, qui varient selon les pays membres. Il faut restructurer les filières pour mieux répondre aux règles d'origine de l'UE.</p> <p>8)» Il existe actuellement un blocage ainsi qu'un plan de renégociation entre l'Algérie et l'UE. En dehors de l'UE en tant qu'entité, plusieurs États membres entretiennent de bonnes relations bilatérales avec l'Algérie, notamment l'Allemagne dans le cadre d'un partenariat pour l'énergie solaire, et l'Italie pour une coopération stratégique.</p>
---	---	--	--	--

<p>4 :</p> <p>NASRI Ali Bey</p> <p>Date = 09/04/2025 Durée/Moyen = 1h 28min Fonction occupée = Vice-Président, Consultant en Export Organisme/Entreprise = ANEXAL</p>	<p>1)» L'accord d'association a été signé dans un contexte difficile (décennie noire) et sans préparation suffisante. Les conditions de négociation n'ont pas été optimales, avec une réduction hâtive du taux moyen pondéré de nos droits de douane de 33,4% à 18,56%, ce qui a affaibli la position algérienne. Ce qui fait que notre capacité d'exportation vers l'UE est fortement limitée et déséquilibrée. L'Algérie ne dispose pas réellement d'une capacité d'exportation significative en dehors des hydrocarbures. Le pays n'a pas développé un potentiel d'exportation diversifié, ce qui crée une dépendance excessive aux produits énergétiques. Cette situation est problématique car bien que l'Algérie ait été excédentaire d'environ 100 milliards de dollars sur la période 2005-2021, cet excédent est presque exclusivement lié aux hydrocarbures, qui génèrent effectivement des recettes fiscales mais créent un déséquilibre structurel dans les relations commerciales. Les exportations algériennes sont caractérisées par une faible diversification et une absence de vision stratégique claire orientée vers l'exportation. Le secteur agricole, qui pourrait constituer un vecteur d'exportation important, n'a pas reçu l'attention nécessaire ni de la part des opérateurs économiques ni de l'État en termes d'accompagnement et de facilités suffisantes.</p> <p>2)» Les produits algériens souffrent d'un manque de compétitivité sur le marché de l'UE. L'absence d'accompagnement, de vision sectorielle claire et de soutien à la production locale freine leur performance. Cette faible compétitivité est aggravée par le fait que l'Algérie se trouve en concurrence avec des pays qui disposent déjà d'une forte présence sur le marché européen et d'une meilleure maîtrise des circuits de distribution et des exigences du marché. De plus, les produits transformés contenant des éléments agricoles sont soumis à des taxes élevées (comme le jus d'orange taxé à 80 €/hectolitre), ce qui réduit davantage leur compétitivité.</p>	<p>3)» Au-delà des critiques souvent formulées à son sujet, l'accord a ouvert aussi certaines portes intéressantes. Par exemple, les droits de douane sur les produits industriels ont été quasiment supprimés, ce qui peut encourager le développement de ce secteur localement. Du côté de la pêche, certains produits peuvent être exportés sans frais douaniers, à condition de fournir un certificat de capture, un avantage réel pour les professionnels du domaine. Et surtout, l'UE représente un immense marché de plus de 440 millions de consommateurs. Si l'Algérie parvient à ajuster son offre aux exigences de ce marché, elle pourrait y trouver des débouchés prometteurs.</p> <p>4)» Aucune tendance spécifique n'a été identifiée comme favorable, mais nous pouvons dire :La proximité géographique de l'Algérie avec l'Europe pourrait constituer un avantage logistique, particulièrement pour les produits périssables. Le potentiel agricole du Sahara pourrait être exploité pour répondre à la demande agricole européenne hors saison, en profitant des échecs des pays concurrents pour gagner des parts de marché.</p>	<p>5)» Obstacles : Des quotas et des restrictions saisonnières sur les produits agricoles et agroalimentaires transformés (chapitres 1 à 25). (Ex : la tomate soumise à un prix d'entrée de 2 € en pleine saison). Les barrières tarifaires spécifiques, comme les prix d'entrée et les taxes sur les éléments agricoles (ex : 80€/hectolitre pour les jus, 43,25 €/tonne pour le sucre). Une taxe carbone de 25% sera imposée dès 2026 sur les produits hors hydrocarbures exportés vers l'UE. Les restrictions sanitaires qui interdisent l'entrée de Neuf (09) catégories de produits d'origine animale et leurs dérivés dans l'UE en l'absence d'un plan national de surveillance sanitaire.</p> <p>6)» Pour les exportateurs algériens, accéder au marché européen relève souvent du parcours du combattant, les règles sont strictes, les normes nombreuses, et les taxes décourageantes. Ces obstacles constituent un véritable système de verrouillage qui protège les producteurs européens, mais laisse peu de place aux produits venus d'ailleurs. Résultat : un vrai déséquilibre. L'UE profite largement de l'accord d'association, avec un accès facilité au marché algérien, tandis que l'Algérie fait face à de nombreuses barrières. Ce déséquilibre est encore plus visible quand on regarde les échanges commerciaux. L'Algérie vend ses hydrocarbures à des prix relativement bas (autour de 50\$ le baril), mais importe des produits transformés à des tarifs bien plus élevés. Le kérosène, par exemple, peut atteindre 2000\$ le baril. On exporte la matière brute, on réimporte la valeur ajoutée. C'est une situation</p>	<p>7)» Il est recommandé que l'Algérie envisage de se retirer de l'accord d'association avec l'UE, afin de mieux protéger son marché local, notamment en augmentant les droits de douane. De plus, il est essentiel de développer une stratégie de production alignée sur la demande européenne, tout en renforçant le secteur agricole. Cela pourrait passer, par exemple, par la mise en valeur de terres agricoles dans le Sahara pour des cultures destinées à l'exportation. Aussi, il serait bénéfique de tirer parti des faiblesses des concurrents régionaux afin de positionner les produits algériens sur des niches spécifiques du marché.</p> <p>8)» Sans une réorientation stratégique profonde, l'Algérie risque de rester un simple marché de consommation, marqué par une dépendance persistante aux hydrocarbures et un déséquilibre commercial croissant avec l'UE. La transition énergétique mondiale rend ces ressources de moins en moins souhaitées, ce qui accentue la fragilité de l'économie nationale. En l'absence d'une stratégie claire ou d'une révision de l'accord, les exportations hors hydrocarbures resteront limitées. Il devient donc essentiel de renforcer la production nationale, d'abord pour satisfaire la demande locale, avant de viser une intégration plus équilibrée sur le marché européen.</p>
--	---	---	--	---

			<p>qui freine le développement local et creuse l'écart. Le secteur agricole illustre aussi cette réalité. L'Europe protège jalousement son agriculture, tandis que l'Algérie a du mal à défendre ses propres intérêts. Lorsque la Croatie a rejoint l'UE, les droits de douane sur le sucre, par exemple, sont passés brutalement de 13 % à 102 %. Une hausse qui pénalise directement les exportateurs algériens, déjà fragilisés.</p>	
--	--	--	---	--

<p>5 :</p> <p>CHERCHARI Nabila</p> <p>Date = 09/04/2025 Durée/Moyen = Par email Fonction occupée = Chef de service Administration & Paie Organisme/Entreprise = AAMEL</p>	<p>1)» L'Algérie dispose d'un bon potentiel, notamment grâce à sa proximité géographique, ses ressources naturelles et ses capacités industrielles émergentes. Cependant, ce potentiel est encore sous-exploité faute de diversification et de conformité aux normes européennes.</p> <p>2)» Les produits algériens sont compétitifs en termes de prix, mais souffrent d'un déficit en qualité perçue, en certification et en visibilité sur le marché européen. La compétitivité pourrait s'améliorer avec une mise à niveau industrielle et une stratégie export claire.</p>	<p>3)» Il offre des avantages comme un accès préférentiel au marché européen, un encouragement à l'harmonisation des normes, des opportunités de partenariats, et un soutien à la modernisation industrielle.</p> <p>4)» Tendances : Diversification des fournisseurs (relocalisation, proximité géographique), Transition écologique (matériaux durables, recyclables), Croissance des besoins en rénovation énergétique et logement, Développement de la construction modulaire et préfabrication.</p>	<p>5)» Obstacles : Non-conformité aux normes européennes, Manque de certifications, Faiblesses logistiques, Bureaucratie lourde, Manque d'accès à l'information sur le marché européen.</p> <p>6)» Évaluation : Barrières techniques : normes, certifications, tests, Barrières administratives : procédures complexes, règles d'origine. Ces barrières sont surmontables avec un accompagnement ciblé et des réformes adaptées.</p>	<p>7)» Recommandations : Moderniser les équipements industriels et aligner les produits sur les normes européennes, Faciliter l'accès à la certification, Améliorer les infrastructures logistiques, Simplifier les procédures administratives, Promouvoir activement les produits algériens à l'international, Former les entreprises aux pratiques d'exportation vers l'UE.</p> <p>8)» Perspectives : Moyen terme : renforcement progressif de la présence algérienne sur le marché européen, surtout dans les segments durables et compétitifs. Long terme : positionnement de l'Algérie comme fournisseur régional fiable, intégré dans les chaînes de valeur européennes.</p>
<p>6 :</p> <p>BOUMAZA Fateh</p> <p>Date = 10/04/2025 Durée/Moyen = Par email Fonction occupée = Directeur Général Adjoint Organisme/Entreprise = PROLIPOS</p>	<p>1)» On remarque des fois la souplesse de l'unité européenne envers les produits Algériens et des fois le rejet catégorique de nos produits quand ils sont très concurrents comme c'est le cas du chocolat EL-MORDJANE. L'Europe n'accepte jamais qu'un pays du tiers monde dépasse la qualité de leurs produits.</p> <p>2)» Nos produits sont très compétitifs en qualité et prix, mais reste les taxes appliquées à l'entrée des produits Algériens en hausse pour que l'Europe puisse protéger sa production nationale, comme on doit le faire à notre niveau, mais pas exonéré de taxe de douane tous les produits en provenance de l'Europe.</p>	<p>3)» Après plus de 15 ans d'accord, notre pays a perdu des milliards de Dinars de cet accord qui n'a servi que l'Europe, en dehors des hydrocarbures nous importons de l'Europe 85% alors que nous exportons que 15% de la valeur globale. A cet effet, revenir au régime précédent avec droits de douane peut enrichir notre trésorerie.</p> <p>4)» Une stratégie transparente et une forte acceptation du régime Européen des produits du tiers monde.</p>	<p>5)» Les principaux obstacles à l'exportation sont les lois Européennes concernant la qualité du produit et ses composants. On nous blâme même pour le lait de vaches Algérien. Les Européens ne font pas confiance à nos différentes Analyses de produits, alors que nous acceptons leurs analyses.</p> <p>6)» Pour accéder au marché Européen, il faut : Normalisé nos produits (surtout Alimentaire), il faut penser aux systèmes ISO-9001, 45000, 22000 etc. A le concrétiser pour toutes les sociétés Algériennes exportatrices. Ceci est un travail délicat et l'État peut le prendre en charge avec un suivi rigoureux de chaque société pour qu'elle soit compétitive au niveau international. Il faut visiter les foires internationales pour avoir une idée sur l'évolution de la technologie et penser à la rénovation des équipements de production pour rester en ligne avec la technologie.</p>	<p>7)» Avoir les capacités et la volonté de concurrencer les produits Européen en qualité et prix.</p> <p>8)» Pour le moyen terme : Formation continue sur la normalisation des sociétés, la perfection des équipements de production et la pub. Pour le long terme : Créer au niveau du Ministère de l'industrie un bureau d'étude et d'expertise qui sera élargie au niveau de chaque Wilaya ou au niveau des grandes zones industrielles qui aura pour rôle de développer notre industrie et veille à la normalisation des sociétés exportatrices et former le personnel technique de ces sociétés.</p>

<p>7 :</p> <p>MAKHOLOUFI Amina</p> <p>Date = 16/04/2025 Durée/Moyen = 35min Fonction occupée = Chef de bureau, Sous-direction de l'UE Organisme/Entreprise = Ministère du Commerce Extérieure et de la Promotion des Exportations</p>	<p>1)» La balance commerciale est déficitaire si l'on considère uniquement les produits hors hydrocarbures, mais excédentaire en incluant les hydrocarbures. Le potentiel d'exportation à l'horizon 2025-2029 est estimé à 1,53 milliard USD (source : Centre du commerce international – ITC). Les principaux produits concernés sont : Ciment Produits industriels Engrais : 45,9 millions USD Métaux ferreux : 336,2 millions USD Produits chimiques : 192 millions USD Machinerie électrique : 107 millions USD Fruits : 53,3 millions USD Ressources minérales : 52,4 millions USD Sucre : 41,3 millions USD Produits minéraux : 35,3 millions USD Plastiques et caoutchouc : 23,3 millions USD Produits agroalimentaires : 15,5 millions USD</p> <p>2)» Selon le produit, certains secteurs bénéficient d'un avantage, notamment les produits agroalimentaires, le sucre et les fruits. Toutefois, la concurrence est forte avec les pays voisins. Le marché de l'UE est protégé, les produits sont confrontés à 2 taxes qui limite leurs compétitivités : les prix d'entrée et l'élément agricole.</p>	<p>3)» L'accord est plus favorable à l'Union Européenne et n'offre pas d'opportunités concrètes pour l'Algérie, c'est pour cela qu'il faut le réviser pour protéger l'industrie nationale. En 2005, l'Algérie ne disposait pas d'une industrie structurée. Avant 2002, seuls les hydrocarbures dominaient l'économie sans vision claire d'industrialisation. Une préférence tarifaire existe, mais les produits industriels et agricoles restent soumis à des contingents tarifaires et quantitatifs. Depuis 2020, une zone de libre-échange à 0 % de droits de douane a été mise en place. Les normes européennes, les deux taxes et la compétitivité restent des freins importants à l'exportation.</p> <p>4)» Le succès dépend du choix du consommateur, notamment en raison de la forte présence de la communauté algérienne à l'étranger, avec un certain attrait pour des produits comme les huiles.</p>	<p>5)» Obstacles : Normes européennes strictes. Deux taxes qui alourdissent les coûts. Méconnaissance du marché. Manque d'information des opérateurs. Absence d'expositions et de foires à l'étranger pour la mise en relation. Produits composés de matières d'origine animales (ex : El Mordjene) sont soumis à conformité avec les plans de conformité européens. Certains produits comme ceux de la pêche sont bloqués selon les exigences de chaque pays, qui diffèrent parfois des dispositifs de l'accord.</p> <p>6)» Barrières : Barrières non tarifaires nombreuses surtout pour les produits de la pêche. Normes très strictes, parfois incohérentes avec l'accord. Ces normes limitent fortement les possibilités d'exportation.</p>	<p>7)» Recommandations : Réviser l'accord pour protéger les industries algériennes. Revoir les contingents et le calendrier ou on a un avantage comparatif puisque la situation a changé entre 2005 et maintenant (ex : fraise, tomate... en tenant compte des saisons). Rediscuter les normes et la reconnaissance mutuelle. Lever les barrières non tarifaires. Ajuster les contingents selon la capacité de production réelle.</p> <p>8)» Perspectives : Révision en cours de l'accord. L'objectif est d'aboutir à un partenariat "gagnant-gagnant" dans le respect des intérêts mutuels.</p>
--	--	--	---	---

<p>8 :</p> <p>MOUHOUNE Mustapha</p> <p>Date = 20/04/2025 Durée/Moyen = 45min Fonction occupée = Directeur du Système d'Information et de Documentation Organisme/Entreprise = IANOR</p>	<p>1)» La capacité d'exportation dépend de nombreux critères, notamment la capacité des opérateurs à répondre aux normes exigées par l'UE. Un vrai manager sait surmonter ces obstacles, mais cela nécessite une veille constante des exigences du marché.</p> <p>De plus, l'IANOR (Institut Algérien de Normalisation) peut intervenir comme un levier pour les exportations, sans intervention directe, car la normalisation fait partie intégrante de l'acte d'exportation pour répondre aux normes internationales.</p> <p>2)» Pour exporter un produit, trois critères sont essentiels : prix, quantité et qualité. L'Algérie a mis en place des mécanismes pour garantir la qualité des produits, notamment à travers l'IANOR qui joue un rôle clé dans la normalisation. Cependant, le prix et la quantité dépendent de l'opérateur. Les produits algériens entrent sur le marché européen car ils sont conformes aux normes internationales, notamment ISO, qui sont identiques aux normes algériennes, et leurs objectifs (sécurité, santé, protection de l'environnement) sont universels et légitimes.</p>	<p>3)» L'accord d'association offre des avantages, notamment le démantèlement tarifaire. Ce qui est valable pour les pays de l'UE est également valable pour l'Algérie. En plus, l'UE travaille avec le marquage CE (Conformité Européenne), qui, bien qu'une certification ne soit pas toujours exigée, permet aux opérateurs de déclarer la conformité de leurs produits, renforçant ainsi leur crédibilité.</p> <p>4)» La tendance du marché dépend du besoin. Les produits algériens ont des atouts concurrentiels sur certains produits comme les légumes, les fruits, la transformation agroalimentaire, le plastique, le ciment et l'acier. De plus, le marché halal représente une opportunité importante pour la communauté musulmane en Europe. Les opérateurs doivent suivre la bourse et l'actualité pour identifier les produits rentables et adaptés aux tendances du marché.</p>	<p>5)» Obstacles :</p> <p>Barrières non tarifaires : Les produits doivent répondre à des exigences de qualité strictes de l'UE. Par exemple, un produit peut être retourné si un seul élément n'est pas conforme (comme les dattes, pomme de terre ou les gâteaux).</p> <p>Délivrance de la certification de conformité : Les opérateurs doivent faire tester leurs produits (analyse ou essai) par des laboratoires indépendants qui doivent être accrédités par des organismes comme ALGERAC, mais malheureusement, de nombreux laboratoires locaux ne sont pas accrédités, obligeant les opérateurs à recourir à des laboratoires étrangers, ce qui augmente les coûts. Si l'opérateur dispose à son niveau d'un laboratoire d'analyse accrédité, il peut exporter plus facilement.</p> <p>L'UE exige que les produits portent le marquage CE. Si un produit n'est pas conforme, il est retourné.</p> <p>Les coûts logistiques, notamment maritimes, sont très élevés (jusqu'à deux fois plus chers que dans d'autres pays).</p> <p>6)» Les barrières non tarifaires sont les plus importantes. Les opérateurs doivent se conformer aux normes européennes, qui peuvent être de trois types : normes européennes, nationales ou directives spécifiques à certains produits. Les techniciens doivent être formés et à jour sur ces exigences pour garantir la conformité des produits.</p>	<p>7)» Recommandations :</p> <p>Les opérateurs doivent développer une culture de la veille normative et réglementaire pour connaître les exigences des pays importateurs. Le service commercial de l'IANOR peut les accompagner dans cette démarche.</p> <p>Multiplier les laboratoires de normalisation et les organismes de certification, avec un soutien de l'État par des investissements dans ce domaine car il y a un manque et un besoin. Par exemple, l'IANOR peut certifier un lot (échantillon) en se basant sur un référentiel normatif.</p> <p>Établir des accords de reconnaissance mutuelle pour faciliter les exportations. Adopter des certifications de systèmes telles que le HACCP ou l'ISO 22000, reconnues internationalement, constitue aujourd'hui la base pour l'exportation des produits agroalimentaires, surtout les produits halal.</p> <p>8)» Les perspectives sont positives, à condition que les opérateurs se conforment aux exigences de qualité du pays d'accueil. L'IANOR, en tant que levier d'exportation, peut jouer un rôle clé en délivrant des certificats de conformité et en accompagnant les opérateurs. Les normes étant unifiées et universelles, il est relativement facile de s'y conformer, à condition de disposer des ressources nécessaires (laboratoires accrédités, techniciens qualifiés).</p>
--	---	---	--	--

<p>9 :</p> <p>MEFROUCHE Fethi</p> <p>Date = 21/04/2025 Durée/Moyen = LinkedIn Fonction occupée = Directeur Audit (ex Directeur Export) Organisme/Entreprise = Ferial - ASMIDAL</p>	<p>1)» La capacité d'exportation de l'Algérie vers L'union Européenne est constituée principalement de l'exportation des hydrocarbures et du gaz naturel qui font de l'Algérie un partenaire stratégique pour l'UE vu la richesse de l'Algérie de ces deux produits et sa situation géographique proche de l'Europe, aussi l'Algérie à une capacité d'exporter des produits agricoles comme les dattes, aussi l'Algérie exporte des fertilisants et des produits chimiques. Dans le contexte mondial actuel une forte demande européenne sur les produits algériens est constatée notamment celle relative au gaz. En général la capacité d'exporter est tributaire de deux facteurs à savoir la satisfaction des besoins en interne et l'augmentation des capacité de produire qui passe par la rénovation des infrastructures et la maîtrise des nouvelles technologies en la matière.</p> <p>2)» Il est constaté que pour les exportations hors hydrocarbures, la compétitivité de l'Algérie est faible par rapport aux autres pays, cela est dû principalement à la bureaucratie qui caractérise l'économie algérienne et la non maîtrise de la chaîne d'approvisionnement ainsi que le respect des normes européennes en matière de réglementation et environnement.</p>	<p>3)» A notre humble avis les accords d'associations Algérie – UE peuvent aider l'Algérie à diversifier ses exportations et attirer plus d'investissements étranger ce qui facilitera le transfert technologique.</p> <p>4)» Le contexte mondial actuel a conduit l'UE à demander d'avantage les produits algériens surtout les hydrocarbures et le gaz, mais d'autres produits algériens peuvent être demandés par l'UE à l'instar des dattes algériennes, l'acier, le fer et les produits agro-alimentaire ainsi que la tendance actuelle en Europe qui est les énergies renouvelables.</p>	<p>5)» Obstacles : Bureaucratie de l'économie algérienne. Maîtrise technologique te maîtrise des couts pour faire face à la compétitivité. Maîtrise de la chaîne d'approvisionnement. Respect des normes et de la réglementation européenne.</p> <p>6)» Difficile mais pas impossible à lever.</p>	<p>7)» Recommandations : Faciliter les opérations d'exportation et diminuer le poids de la bureaucratie qui freine et bloque l'économie algérienne. Diversifier l'économie algérienne et promouvoir l'investissement privé et étranger. S'adapter aux lois et réglementations européennes. Faire plus d'effort pour maîtriser la chaîne d'approvisionnement. Moderniser le système bancaire algérien.</p> <p>8)» Perspectives : Ne pas se dépendre des exportations des hydrocarbures et du gaz qui sont tributaire du marché international. Faire subvenir aux besoins de la tendance actuelle en Europe à savoir les énergies renouvelables. Diversifier les produits destinés à l'exportation.</p>
---	---	--	--	---

<p>10 :</p> <p>MISSOUNI Maria</p> <p>Date = 24/04/2025 Durée/Moyen = Par Appel (15min) Fonction occupée = Directrice d'Export Organisme/Entreprise = Venus</p>	<p>1)» Il y a des possibilités d'exportation mais pas pour tous les pays de l'Union Européenne. Venus est en train de développer sa capacité, sa quantité qui est limitée mais en développement (production) et ses sites, pour satisfaire le marché algérien et européen.</p> <p>2)» Les produits cosmétiques algériens ne se vendent pas au marché de l'UE concrètement, même pour Venus la vente n'est pas directe mais plutôt à travers des opérateurs à cause de procédures compliquées de dépôt de la marque et enregistrements de produits.</p>	<p>3)» Il y a une très grande demande de produits algériens au marché européen surtout en France et en Espagne.</p> <p>4)» La graine noire est en tendance, ce qui contribue au succès de nos produits. De plus, les produits algériens en général sont en tendance.</p>	<p>5)» Obstacles : Le dépôt de la marque. Enregistrement des produits. La concurrence. Le changement des normes, notamment pour les produits dermiques (de visage). Donc, malgré les produits de Venus sont 100 % conformes aux normes européennes, ils doivent changer.</p> <p>6)» Un peu strictes et en constante évolution, chaque fois un nouvel ingrédient est interdit. L'exemple de El Mordjene illustre les normes strictes, la matière première qui est la poudre de lait vient de l'Europe mais le produit est interdit, ce qui est non justifiable.</p>	<p>7)» Pour améliorer l'accès au marché de l'UE, les opérateurs doivent mener des recherches (sur le pays, le consommateur, les points de vente), et se déplacer pour mieux étudier le marché afin d'éviter que le produit soit bloqué. Éviter la vente non organisée dans des magasins non appropriés, par exemple : la vente des boissons chez un boucher, parce que plusieurs marques étaient cassées par leurs propres clients.</p> <p>8)» L'export est en évolution, plus d'opérateurs vont vers la recherche et le dépôt de marque avant d'entrer un nouveau marché. De plus, avec l'encouragement de l'export par l'État et l'intérêt accru dans les produits algériens, ces derniers vont pénétrer plus de pays dans les années prochaines.</p>
<p>11 :</p> <p>NECHAK Remdan</p> <p>Date = 24/04/2025 Durée/Moyen = 20min Fonction occupée = Directeur de Projet Organisme/Entreprise = ACED - GETEX</p>	<p>1)» La peau algérienne est l'une des meilleures au monde, ce qui donne un avantage compétitif. Cependant, le marché est soumis aux fluctuations de la bourse et aux tendances de la demande. Historiquement, les années 2011-2013 ont été les meilleures pour les exportations (les 7 choix du cuir étaient tous exportés), mais en 2024, les volumes ont chuté (0 conteneurs exportés), alors que 2023 a été une année légèrement meilleure.</p> <p>2)» La qualité de la peau algérienne est excellente, ce qui rend le produit compétitif. Cependant, la demande globale pour le cuir est en baisse, car la mode se tourne vers le textile. Les clients deviennent aussi plus exigeants sur la qualité et la traçabilité.</p>	<p>3)» Actuellement, il n'y a pas de taxes à l'exportation pour le cuir vers nos principaux marchés (Italie, Espagne, France). Un projet de fertilisants destiné à l'Italie est en cours de finalisation, ce qui pourrait ouvrir de nouvelles opportunités.</p> <p>4)» La mode n'est pas dans le cuir, tout le monde va vers le textile. Il faudrait cependant anticiper les changements de consommation car la mode revient toujours.</p>	<p>5)» Obstacles : Autorisations administratives : L'exportation est considérée comme un acte de vente à l'étranger, ce qui entraîne des retards bureaucratiques (enquêtes sur l'origine des peaux, validation des documents). En revanche, du côté italien par exemple, aucun obstacle n'est rencontré ; au contraire, le paiement est même effectué à l'avance. Baisse de la demande : Le cuir est moins prisé au profit du textile. Futur obstacle : Taxe carbone (2026) : L'UE pourrait imposer une taxe sur l'empreinte carbone, ce qui nécessiterait beaucoup d'investissement et des réformes pour réduire les émissions de GES (Gaz à Effet de Serre) et optimiser l'énergie utilisée.</p> <p>6)» Pour le moment, il n'y a pas de barrières tarifaires, mais les procédures administratives ralentissent les exportations. Le vrai défi à venir sera la taxe carbone, qui pourrait pénaliser les exportateurs non préparés.</p>	<p>7)» Recommandations : Se préparer à la taxe carbone : Mettre en place des mesures pour réduire l'empreinte environnementale, et se conformer en termes de dépenses énergétiques. Simplifier les procédures d'exportation : L'acte d'exportation devrait être aussi simple qu'une vente locale, sans obstacles administratifs inutiles. Maîtriser toute la chaîne de production : L'entreprise ne contrôle pas encore tous les maillons (approvisionnement, transformation), ce qui limite sa réactivité.</p> <p>8)» Perspectives : Disponibilité de la matière première : Le pouvoir d'achat des éleveurs baisse, ce qui réduit l'offre en peaux brutes. Nécessité d'innovation : Pour contrer la baisse de la demande en cuir, il faudrait diversifier les produits (cuir écologique, nouveaux débouchés). Paiements sécurisés : Aucun problème de paiement côté client (paiement en avance), ce qui est un point positif.</p>

<p>12 :</p> <p>AZZOUZ Hadia</p> <p>Date = 25/04/2025 Durée/Moyen = Par email Fonction occupée = Enseignante vacataire a l'EHEC, Inspectrice de la Concurrence et des Enquêtes Économiques Organisme/Entreprise = Ministre du Commerce Extérieure et de la Promotion des Exportations</p>	<p>1) L'Algérie dispose d'un potentiel non négligeable en matière d'exportation vers l'Union européenne, en particulier dans certains secteurs clés comme les hydrocarbures, les produits agricoles et l'agroalimentaire. Toutefois, ce potentiel n'est pas encore pleinement exploité. En dehors des hydrocarbures, les exportations algériennes demeurent relativement modestes. Cela s'explique principalement par un tissu productif peu diversifié, une faible valeur ajoutée des produits exportés, ainsi que des difficultés liées à la compétitivité, tant en termes de qualité que de conformité aux normes exigées par le marché européen.</p> <p>2) La compétitivité des produits algériens sur le marché européen varie selon les secteurs. Certains produits, comme les dattes, les agrumes ou encore quelques articles industriels, réussissent à se positionner favorablement grâce à leur qualité intrinsèque ou à leur spécificité. Cependant, cette compétitivité reste limitée de manière générale. Plusieurs facteurs freinent le développement des exportations algériennes vers l'Union européenne, notamment les coûts de production relativement élevés, qui réduisent l'attractivité-prix des produits. À cela s'ajoute une qualité qui manque souvent de régularité et une difficulté à répondre de façon systématique aux normes techniques, sanitaires et environnementales imposées par le marché européen. Ces contraintes nuisent à la capacité des produits algériens à rivaliser durablement avec ceux d'autres pays exportateurs.</p>	<p>3) L'accord d'association entre l'Algérie et l'Union européenne offre plusieurs opportunités stratégiques pour l'économie algérienne. Il prévoit notamment un accès préférentiel au vaste marché européen, grâce à des réductions ou suppressions progressives des droits de douane sur un certain nombre de produits. Cela permet aux exportateurs algériens de proposer leurs marchandises à des conditions plus compétitives. Par ailleurs, cet accord constitue un levier potentiel pour attirer davantage d'investissements directs étrangers, en rassurant les investisseurs sur la stabilité du cadre commercial et juridique. Enfin, il ouvre la voie au développement de partenariats commerciaux plus solides et durables avec des entreprises européennes.</p> <p>4) Ces dernières années, plusieurs évolutions du marché européen pourraient jouer en faveur des produits algériens. On observe par exemple une forte hausse de la demande des consommateurs européens pour des produits bio, durables et issus d'une agriculture responsable. C'est une vraie opportunité pour l'Algérie, surtout que certaines de nos régions pratiquent encore une agriculture traditionnelle qui s'aligne bien avec ces nouvelles attentes. De plus, l'UE s'intéresse de plus en plus aux énergies renouvelables, notamment à l'hydrogène vert, dans le cadre de sa transition énergétique. L'Algérie, avec son ensoleillement abondant et ses ressources naturelles, dispose d'un potentiel important dans ce domaine.</p>	<p>5) L'exportation vers l'Union européenne se heurte à plusieurs obstacles structurels et techniques pour les entreprises algériennes. Tout d'abord, l'insuffisance des infrastructures logistiques (comme les ports, les zones de stockage, les systèmes de transport ou les plateformes de distribution) limite la fluidité des échanges et augmente les délais ainsi que les coûts d'acheminement. À cela s'ajoute un appareil industriel encore peu développé, avec des capacités de transformation limitées. De plus, les normes européennes sont particulièrement rigoureuses en matière de qualité, de sécurité sanitaire, d'emballage et de traçabilité. Beaucoup d'entreprises algériennes ont des difficultés à répondre à ces exigences, faute de moyens techniques, de certifications appropriées ou de sensibilisation. Par ailleurs, les démarches administratives liées à l'export restent complexes et lourdes, ce qui décourage de nombreuses initiatives.</p> <p>6) L'évaluation de l'accès aux marchés européens révèle une situation contrastée pour les exportateurs algériens. Sur le plan tarifaire, l'accord d'association entre l'Algérie et l'Union européenne a permis de réduire significativement, voire d'éliminer, les droits de douane sur de nombreux produits. Toutefois, les véritables obstacles aujourd'hui sont principalement d'ordre non tarifaire. Il s'agit notamment des normes sanitaires, phytosanitaires, techniques et environnementales très strictes imposées par l'UE.</p>	<p>7) Pour améliorer l'accès des produits algériens au marché européen, il est essentiel de renforcer les infrastructures logistiques (ports, routes, zones industrielles, plateformes d'exportation) ainsi que les services associés (transport, stockage, douane), afin de réduire les coûts et les délais liés à l'exportation, tout en améliorant la fiabilité des livraisons. En plus de cela, un accompagnement ciblé des entreprises est nécessaire pour les aider à se conformer aux exigences du marché européen. Cela passe par la formation, l'obtention de certifications, la mise en place de systèmes de traçabilité, ainsi que l'amélioration des standards de conditionnement et d'emballage.</p> <p>8) À moyen terme, on peut s'attendre à une progression progressive des exportations algériennes hors hydrocarbures, portée par les efforts de diversification économique actuellement en cours. Et à plus long terme, l'Algérie pourrait viser une intégration plus poussée dans les chaînes de valeur mondiales, en devenant non seulement exportatrice de matières premières, mais aussi de produits transformés et de composants industriels. Mais pour que cela devienne une réalité, il faudra absolument améliorer la compétitivité globale de nos entreprises. C'est une condition essentielle pour espérer s'installer durablement sur les marchés internationaux, en particulier celui de l'Union européenne.</p>
---	---	--	---	---

<p>13 :</p> <p>BENKHERROUBI Ahmed Fehd</p> <p>Date = 25/04/2025 Durée/Moyen = Par LinkedIn Fonction occupée = Export Manager Organisme/Entreprise = Hygianis Group</p>	<p>1)» De manière générale, les produits algériens n'ont rien à envier aux produits importés en Europe. Toutefois, pour une analyse plus fine, il est important de comparer par secteur d'activité. Par exemple, dans le domaine des produits de grande consommation (FMCG), les produits fabriqués en Algérie pourraient parfaitement trouver leur place sur le marché de l'UE, notamment sur un positionnement milieu de gamme "mid-tier". Nous pourrions concurrencer efficacement les marques de distributeurs telles que Carrefour ou Belle France. En revanche, concernant les produits manufacturés, il reste nécessaire d'investir davantage en recherche et développement (R&D) afin de construire un véritable avantage concurrentiel. S'agissant des matières premières et des énergies fossiles, l'Algérie bénéficie d'un avantage naturel grâce à la qualité de ses ressources et à sa proximité géographique avec l'Europe.</p> <p>2)» Pour répondre à cette question, je me concentrerai sur les produits de grande consommation. Prenons l'exemple de la pâte alimentaire "CEBON" de la marque El Mordjene : leurs produits offrent un excellent rapport qualité-prix, ce qui constitue un avantage concurrentiel majeur. Toutefois, la stratégie export souffre encore de plusieurs lacunes, notamment un manque de management dédié à l'international et de bonnes pratiques en exportation. Aujourd'hui, le secteur est encore dominé par quelques acteurs comme les exportateurs de dattes et de produits agricoles. On a souvent cette tendance à vouloir reproduire nos modèles économiques locaux tels quels sur des marchés européens pourtant très structurés, sans vraiment prendre en compte leurs spécificités. À cela s'ajoutent notre réveil un peu tardif face aux enjeux de l'export, une bureaucratie encore trop lourde, et de grandes lacunes en logistique et en transport. Honnêtement, si je devais donner une note à la compétitivité des produits FMCG algériens sur le marché européen, je</p>	<p>3)» D'un côté, l'accord facilite l'accès au marché européen en réduisant ou en supprimant progressivement les droits de douane sur de nombreux produits, ce qui permet aux entreprises algériennes de devenir plus compétitives sur les prix. Il ouvre aussi la porte à des investissements européens en Algérie, à un transfert de technologies et à la modernisation de nos standards de production, ce qui, à long terme, pourrait améliorer notre capacité à répondre aux exigences du marché européen. Cependant, il faut bien reconnaître que dans la pratique, les bénéfices pour l'Algérie restent limités. Le déséquilibre commercial est frappant : on importe massivement de l'UE, mais on peine à faire décoller nos exportations, en particulier celles hors hydrocarbures. Notre économie, encore trop dépendante de l'énergie, n'a pas suffisamment exploité les opportunités pour moderniser ses infrastructures de production ni structurer des filières solides pour l'exportation. De plus, l'ouverture du marché algérien sans protection suffisante a fragilisé certains secteurs locaux face à une concurrence européenne bien plus compétitive. En résumé, même si l'accord offre un cadre favorable sur le papier, les résultats concrets pour l'économie algérienne sont loin d'être à la hauteur des attentes, principalement en raison d'une préparation insuffisante et d'un manque de vision stratégique à long terme.</p> <p>4)» Tendances : Les consommateurs européens sont de plus en plus sensibles à l'origine et à la qualité des produits alimentaires, ce qui favorise des produits algériens comme les dattes, l'huile d'olive, ou les pâtes locales de qualité. Dans ce contexte économique tendu, les consommateurs recherchent des produits offrant un bon équilibre entre prix et qualité, ce qui correspond parfaitement à l'offre algérienne dans de nombreux secteurs, notamment les FMCG. Suite aux perturbations des chaînes</p>	<p>5)» Obstacles : Le premier est la non-conformité aux normes européennes, les exigences en matière de qualité, de traçabilité, de certification sanitaire ou environnementale sont très élevées, et nos producteurs n'y sont pas toujours préparés. Le manque d'infrastructure logistique (ports, transport, stockage) pénalise notre compétitivité, en allongeant les délais et en augmentant les coûts. À cela s'ajoute une lourdeur administrative, aussi bien en Algérie qu'en Europe, qui complexifie et ralentit les opérations d'export. Un autre point crucial est le manque de stratégie commerciale à long terme de la part des entreprises algériennes, beaucoup se contentent de vendre ponctuellement sans mettre en place une vraie présence locale (bureaux de liaison, représentants commerciaux, partenariats). Cela nuit à la visibilité des produits sur le marché européen, sans suivi, sans contrôle qualité continu et sans capacité d'adaptation au marché, les produits algériens peinent à évoluer et à s'installer durablement. Le manque d'accompagnement institutionnel pour appuyer les entreprises à l'international aggrave ces difficultés.</p> <p>6)» Barrières : Même si l'UE est un marché ouvert sur le plan douanier, elle impose de nombreuses normes strictes (techniques, sanitaires, environnementales, sociales), qui représentent de véritables barrières non tarifaires. Ces normes nécessitent des certifications coûteuses et une adaptation constante aux évolutions réglementaires. Peu d'entreprises algériennes anticipent ces investissements</p>	<p>7)» Recommandations : Renforcer la conformité aux normes européennes et accompagner les entreprises pour obtenir les certifications nécessaires (ISO, HACCP, labels bio, etc.) dès la conception des produits. Développer une véritable présence locale en encourageant la création de bureaux de liaison, d'équipes commerciales sur place, et établir des partenariats avec des distributeurs européens pour assurer visibilité, contrôle qualité et adaptation rapide aux attentes du marché. Investir dans la logistique et le transport pour améliorer les infrastructures et mettre en place des hubs logistiques régionaux pour réduire les coûts et les délais de livraison. Former et sensibiliser les exportateurs, développer des programmes de formation sur les pratiques d'export, les exigences du marché européen et l'intelligence commerciale. Adopter une approche marketing structurée pour construire de véritables marques algériennes à l'international, avec une communication adaptée au marché de l'UE (packaging, storytelling, labels de qualité). Faciliter l'accès au financement pour l'export et proposer des mécanismes d'aides financières ou d'assurances à l'export pour encourager les entreprises à investir dans la démarche export.</p> <p>8)» Perspectives : À moyen terme, si les efforts mentionnés sont mis en œuvre, les produits algériens pourraient gagner en visibilité et en crédibilité sur le marché de l'UE, notamment dans les secteurs à fort potentiel comme l'agroalimentaire, les matériaux de construction, et les produits cosmétiques naturels. La diversification de l'offre et l'amélioration du positionnement (milieu de gamme, produits éthiques, bio) permettraient de mieux répondre aux nouvelles attentes des consommateurs européens. À long terme, l'Algérie a la possibilité de devenir un véritable partenaire stratégique pour l'Europe, en tirant parti de sa proximité géographique, de ses ressources naturelles et de sa jeunesse entrepreneuriale. Mais cela nécessitera une transformation structurelle : modernisation industrielle, adaptation aux</p>
---	---	---	--	--

	<p>mettrais un 6 sur 10. Il y a du potentiel, mais encore beaucoup de travail à faire.</p>	<p>d'approvisionnement mondiales, l'UE cherche à diversifier ses sources d'approvisionnement, et la proximité géographique de l'Algérie constitue un atout majeur. L'Algérie, avec sa production agricole souvent plus respectueuse de l'environnement (moins d'industrialisation intensive), pourrait répondre à cette demande si elle met en avant ces arguments.</p>	<p>nécessaires pour s'aligner sur les standards européens. La forte concurrence déjà installée sur place, ainsi que la fidélité des distributeurs européens à leurs fournisseurs traditionnels, compliquent encore l'accès aux réseaux de distribution. Le manque d'efforts des exportateurs algériens pour suivre leurs produits sur le marché, les améliorer et construire une image de marque solide constitue un frein supplémentaire. Exporter sans accompagnement local ni stratégie d'adaptation limite fortement la capacité à durer et à se développer en Europe.</p>	<p>standards internationaux, montée en gamme, et surtout une vision export claire et assumée au niveau national.</p>
--	--	---	--	--

<p>14 :</p> <p>KOUTSIOURIS Vassilis</p> <p>Date = 28/04/2025 Durée/Moyen = 1h 45min</p> <p>Fonction occupée = Ministre Conseiller, Conseiller commercial de la Délégation de l'Union européenne en Algérie Organisme/Entreprise = Délégation de l'Union Européenne</p>	<p>1)• L'Algérie manque généralement de capacité d'exportation vers l'UE, à la fois en termes de quantité produite et de conformité aux exigences techniques et qualitatives des marchés européens et les produits algériens ne répondent pas toujours aux cahiers des charges imposés. Ainsi, même si des efforts importants ont été faits dans l'agriculture (fruits, légumes), cela reste insuffisant. Le pays importe encore massivement des céréales, des légumineuses, des aliments pour animaux, des produits pour l'huile, etc. En matière d'exportation, les dattes constituent l'un des rares produits à forte capacité. Elle n'a d'ailleurs pas la capacité pour fabriquer les quantités nécessaires à exporter, car son marché local est le premier demandeur. L'Algérie a des difficultés à vendre ses produits de manière compétitive, car elle manque de circuits de distribution, de packaging adapté, et de savoir-faire en matière de commercialisation.</p> <p>2)• La compétitivité est inégale selon les secteurs. L'Algérie peut être compétitive dans des secteurs énergivores comme le ciment, l'aluminium ou l'acier grâce à ses coûts d'énergie bas (compétitive avantage). Cependant, dans d'autres secteurs, des améliorations importantes sont nécessaires. L'un des grands freins reste le manque d'organismes de certification reconnus à l'international. Par exemple, bien que le pays compte environ 250 laboratoires de médicaments, leurs certifications sont encore insuffisantes pour les standards européens. La compétitivité dépend aussi du respect des normes (ex. : Good Laboratory Practices) et de la capacité à produire en masse.</p>	<p>3)• L'accord d'association a pour philosophie de développer une coopération entre les rives nord et sud de la Méditerranée. Conclu après la décennie noire, cet accord a permis à l'Algérie de se réinsérer dans la scène internationale. Il a ouvert le marché algérien aux produits européens, mais en contrepartie, l'Algérie a exigé des investissements, notamment à travers la déclaration relative à l'article 9 de l'accord. Grâce à cela, plusieurs mécanismes de coopération ont été mis en place, tels que le financement de PME, la création de laboratoires ou encore le soutien à la diversification de l'économie nationale. En matière douanière, des bénéfices existent également (règles d'origine, perfectionnement actif).</p> <p>4)• La tendance au nearshoring (relocalisation des productions proches de l'Europe), notamment en raison des coûts élevés de production en Europe et des tensions avec l'Asie (Chine, Asie du Sud), est une réelle opportunité pour l'Algérie. La proximité géographique et les ressources énergétiques bon marché peuvent attirer des investissements et favoriser l'intégration dans les chaînes de valeur européennes. En matière pharmaceutique, l'Algérie possède des capacités de production qui pourraient répondre aux besoins européens, à condition de respecter les normes et certifications exigées.</p>	<p>5)• Les produits algériens doivent répondre aux mêmes règles que ceux produits dans l'UE, ce qui impose des exigences élevées en termes de qualité, de traçabilité, de règles sanitaires et techniques. Par exemple, pour un produit comme El Mordjene (produit agricole transformé), même s'il contient du lait français, l'impossibilité de tracer le processus de production empêche son exportation. Le manque de capacités de certification, les difficultés d'adaptation aux standards techniques, et l'insuffisance des quantités produites constituent des obstacles majeurs. La règle 51/49 instaurée en 2009 a aussi freiné les investissements étrangers.</p> <p>6)• Officiellement, il n'y a pas de barrières à l'entrée puisque les mêmes règles s'appliquent aux produits des pays membres et partenaires. Toutefois, l'application de ces règles diffère. L'UE applique rigoureusement ses normes de qualité (pesticides, contaminants, techniques industrielles), ce qui crée une barrière de fait pour les produits algériens qui n'arrivent pas à s'y conformer. Le Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) est un autre exemple : cette taxe carbone vise à éviter la concurrence déloyale en taxant les produits importés ne respectant pas les normes environnementales de l'UE.</p>	<p>7)• Recommandations : Il est impératif de réduire la bureaucratie et de supprimer les subventions mal ciblées (actuellement 16 % du budget), notamment celles qui profitent aux plus riches. Une cartographie nationale de production est nécessaire pour identifier les produits propices pouvant être exportés. Il faut également renforcer les capacités technologiques et humaines. Il est aussi essentiel de professionnaliser les fonctions de représentation commerciale (par exemple, pendant plusieurs années, il n'y avait aucun attaché commercial dans les ambassades). Enfin, des efforts doivent être faits pour mieux vendre les produits algériens à l'international.</p> <p>8)• Perspectives : Depuis 2022, une nouvelle loi sur l'investissement encourage la formation de capital humain et l'attractivité du pays pour les investisseurs. L'Algérie peut améliorer son intégration au marché européen si elle attire des investissements étrangers. En fait, la délégation a lancé le projet SIP (Sustainable Investment Partnership) en collaboration avec les autorités algériennes pour stimuler ces investissements. La stabilité régionale reste toutefois un facteur clé. Aucune demande officielle de révision de l'accord d'association n'a été faite depuis 2020, mais l'Algérie conserve la possibilité de le renégocier ou d'y mettre fin. Des ressources minières sous-exploitées sont en cours de cartographie avec l'aide de la Chine (pourtant c'est des soins du pays qu'elle ne devrait pas partager), ce qui pourrait ouvrir de nouvelles perspectives économiques.</p>
--	--	---	--	--

<p>15 :</p> <p>TARAFI Boualam</p> <p>Date = 29/04/2025 Durée/Moyen = Par email Fonction occupée = Directeur de la Coopération Internationale et du Partenariat P/I Organisme/Entreprise = CACI</p>	<p>1) L'Algérie dispose d'un important potentiel d'exportation vers l'UE, il suffit de se conformer aux procédures commerciales, notamment aux exigences réglementaires et qualitatives.</p> <p>2) La compétitivité des produits algériens sur le marché européen reste faible, en dehors des hydrocarbures, en raison d'un manque de diversification, de normes de qualité et d'adaptation aux exigences du marché.</p>	<p>3) L'accord d'association Algérie-UE offre des opportunités de coopération en matière de commerce, d'investissements, de développement durable, de mobilité, et de renforcement des institutions, avec un accès accru au marché européen et un soutien à la modernisation économique.</p> <p>4) Les tendances du marché européen favorisant les produits algériens incluent la demande croissante pour des produits naturels et bio.</p>	<p>5) Obstacles : Non-conformité aux normes européennes en matière de qualité, de sécurité, et de standards techniques. Barrières administratives et réglementaires, incluant les procédures douanières et les contrôles. Manque de compétitivité des prix et de la qualité par rapport aux produits européens et d'autres pays.</p>	
<p>16 :</p> <p>LAIDI Rami</p> <p>Date = 29/04/2025 Durée/Moyen = Par LinkedIn Fonction occupée = Ingénieur de Projet Organisme/Entreprise = EURL Saterex IRIS Pneumatique</p>	<p>1) La capacité d'exportation de l'Algérie vers l'UE reste limitée, bien que le pays dispose de ressources importantes. Elle est surtout concentrée dans les hydrocarbures, tandis que les autres secteurs peinent à percer le marché européen.</p> <p>2) La compétitivité des produits algériens est faible dans la majorité des secteurs, en raison du manque de normalisation, de certification, et de stratégie marketing adaptée aux exigences du marché européen.</p>	<p>3) L'accord offre un accès préférentiel au marché européen, encourage la coopération économique et technique, et permet un allègement des droits de douane pour certains produits.</p> <p>4) La demande croissante pour des produits bio, durables, et éthiques, ainsi que la proximité géographique de l'Algérie, représentent des opportunités importantes pour les exportateurs algériens.</p>	<p>5) Les principaux obstacles sont les normes strictes de qualité et de sécurité, le manque de compétitivité des entreprises locales, et les difficultés logistiques et administratives.</p> <p>6) Elles sont élevées, surtout dans les secteurs agroalimentaires et industriels. Les exigences de conformité, de traçabilité, et de certification sont souvent difficiles à satisfaire pour les PME algériennes.</p>	<p>7) Investir dans la qualité, encourager la certification internationale, améliorer les infrastructures logistiques, et développer des partenariats avec des entreprises européennes.</p> <p>8) À moyen terme, une diversification des exportations est possible avec des réformes structurelles. À long terme, l'Algérie peut devenir un acteur plus important si elle s'intègre mieux dans les chaînes de valeur mondiales.</p>

<p>17 :</p> <p>YDRI Taher</p> <p>Date = 29/04/2025 Durée/Moyen = 43min Fonction occupée = Responsable des Achats Organisme/Entreprise = CEBON (EI Mordjene)</p>	<p>1)» Nous sommes encore dans une phase de démarrage. L'Algérie commence à développer ses capacités d'exportation, mais cela nécessite une mise à niveau des produits pour qu'ils répondent aux normes internationales. Actuellement, très peu d'entreprises algériennes qui ont la capacité juridique et qui disposent des certifications nécessaires, comme l'ISO, qui est une condition vis-à-vis les clients étrangers. D'autres certifications comme BRC, HACCP existent, et quelques autres qui ne sont pas utilisées en Algérie. Pour exporter, il faut un produit homologué, accepté selon la réglementation internationale, ce qui suppose un contenu de qualité et un emballage conforme aux standards du marché ciblé. Il faut aussi s'adapter aux particularités culturelles et gustatives des marchés étrangers. Par exemple, les Japonais préfèrent les produits peu sucrés, contrairement aux Algériens. L'étiquetage doit également inclure la langue locale du pays importateur, ce qui n'est pas nécessaire sur le marché algérien. Le marché international exige également une compétitivité forte et une constance dans la production. Il ne faut pas se baser uniquement sur la diaspora maghrébine en Europe, qui consomme les produits algériens par attachement, car cela ne représente pas une vraie conquête de marché.</p> <p>2)» L'Algérie est compétitive dans certains domaines comme les fruits, légumes et dattes, qui sont naturels et bios, en phase avec les attentes du marché international. En revanche, les produits industriels doivent encore être améliorés. Il est essentiel d'être à l'écoute des clients, de prospecter, de communiquer dans leur langue, et de comprendre leur culture et leurs préférences. Certaines réussites montrent que c'est possible : par exemple, notre crème de noisette a surpassé Nutella en qualité, bien que nous n'ayons qu'une seule usine contre leurs 180. Cela montre que nous avons du</p>	<p>3)» L'accord n'est pas perçu comme gagnant-gagnant. Il n'a pas réellement offert d'opportunités concrètes pour les exportateurs algériens. Avec la révision de l'accord, chaque partie défend ses propres intérêts. On espère entrer dans une phase plus sérieuse de coopération. À ce jour, l'Algérie exporte du pétrole mais importe des produits dérivés comme le caoutchouc ou l'essence à des prix plus élevés. Par exemple, les États-Unis adoptent une autre stratégie en concluant des accords préférentiels avec plusieurs pays. L'Algérie devrait aussi diversifier ses partenariats commerciaux pour ne pas dépendre d'un seul bloc.</p> <p>4)» Il n'y a pas de tendance nette, mais les consommateurs européens cherchent des produits moins coûteux. Dès qu'ils trouvent un produit plus avantageux, ils changent rapidement de fournisseur. Certains trafiquent même les produits algériens en modifiant l'origine sur l'étiquetage, ce qui est une forme de discrimination. Cependant, il est clair que les produits bio et naturels sont en demande, et l'Algérie a une carte à jouer dans ce domaine. La clé est de fournir un produit concurrentiel, et cela est possible si l'on croit en nos capacités.</p>	<p>5)» Le principal obstacle est l'absence de formes juridiques adaptées. Il y a également des lenteurs dans les procédures bancaires et un manque de clarté dans les transferts d'argent. Le système bancaire est bloquant, les paiements sont compliqués, et les moyens de paiement acceptés à l'international ne sont pas toujours disponibles. Il n'y a pas non plus de e-gouvernement opérationnel : chaque démarche administrative est longue et inefficace. Tout cela fait perdre du temps aux entreprises.</p> <p>6)» Il existe des barrières non fondées qui visent à protéger les marchés européens. Ces pays invoquent souvent des raisons injustifiées pour refuser nos produits « Made In Algeria ». Leur politique commerciale est défaillante et parfois discriminatoire. Le commerce n'est pas encore libre. Nous devons pouvoir faire du commerce avec qui nous voulons, sans rester dépendants d'anciens partenaires comme la France. Donc, un changement de mentalité est indispensable.</p>	<p>7)» Recommandations : Il faut de conclure des accords préférentiels avec plusieurs pays et de ne pas se limiter à une seule zone. Il faut changer les mentalités, encourager la solidarité entre les acteurs économiques, et soutenir les entreprises souhaitant se tourner vers l'international. Il est nécessaire d'investir dans les infrastructures bancaires et logistiques afin de se libérer de la dépendance.</p> <p>8)» Les perspectives sont positives : il y a un potentiel important pour générer un chiffre d'affaires significatif. Toutefois, cela exige de la rigueur dans la fabrication, la communication, et le service client. La technologie évolue constamment, et les hommes d'affaires qui y croient investissent les moyens nécessaires. C'est en travaillant sérieusement et continuellement que l'Algérie pourra percer sur le marché de l'UE. Ce qui fait que les perspectives dépendent réellement du travail et de la productivité.</p>
--	--	--	---	---

	<p>potentiel, à condition d'y croire, de travailler dur et de faire les investissements nécessaires. Mais les restrictions comme l'interdiction de certains produits à base de lait transformé freinent notre compétitivité.</p>			
--	--	--	--	--

<p>18 :</p> <p>BOUNAB Yousra</p> <p>Date = 30/04/2025 Durée/Moyen = Par email Fonction occupée = Chargée Export Organisme/Entreprise = EURL Saterex IRIS</p>	<p>1) La capacité d'exportation de l'Algérie vers l'UE est en nette progression, notamment dans des secteurs industriels à forte valeur ajoutée. En tant que seul fabricant de pneumatiques en Algérie, IRIS Tyres illustre cette dynamique. Nous avons réussi à exporter vers plus de 30 pays, dont plus de 15 au sein de l'UE. Cela démontre non seulement la conformité de nos produits aux normes internationales, mais aussi la reconnaissance de notre savoir-faire par des partenaires européens exigeants. Cette capacité est renforcée par des investissements constants dans la technologie, la qualité et la conformité réglementaire.</p> <p>2) Les produits algériens, lorsqu'ils sont soutenus par une stratégie industrielle rigoureuse et une orientation vers l'innovation, peuvent être hautement compétitifs. Les pneus IRIS, par exemple, intègrent une technologie de pointe européenne et américaine, et font l'objet de tests rigoureux en indoor et en conditions réelles. Grâce à cela, notre gamme répond aux standards européens de performance, sécurité et durabilité, ce qui nous permet de rivaliser avec des marques établies. De plus, notre positionnement qualité-prix est particulièrement avantageux sur un marché européen à la recherche d'alternatives fiables et économiquement compétitives.</p>	<p>3) L'accord d'association entre l'Algérie et l'UE constitue un levier important pour stimuler les exportations algériennes. Il permet notamment une réduction, voire une exonération des droits de douane pour les produits d'origine algérienne exportés vers l'UE, à condition de respecter les règles d'origine définies par l'accord. Dans ce cadre, des documents comme le certificat EUR.1 jouent un rôle essentiel. Ce document, délivré par les autorités algériennes compétentes, atteste de l'origine des produits exportés et permet à nos clients européens de bénéficier d'exonérations douanières à l'importation, rendant ainsi nos produits plus attractifs sur le plan économique.</p> <p>Pour IRIS Tyres, cela représente un avantage concurrentiel non négligeable. En plus de la compétitivité intrinsèque de nos produits, ces facilités douanières renforcent notre positionnement sur les marchés européens, et favorisent la signature de nouveaux partenariats. L'accord incite également les entreprises algériennes à adopter les normes européennes, améliorant ainsi la qualité et la conformité de leurs produits, ce qui facilite encore l'intégration dans les chaînes d'approvisionnement européennes.</p> <p>4) Le marché européen connaît plusieurs évolutions qui jouent en notre faveur. Premièrement, la volonté des importateurs européens de diversifier leurs sources d'approvisionnement pour réduire leur dépendance à certains marchés traditionnels ouvre de nouvelles opportunités aux producteurs du sud de la Méditerranée. Deuxièmement, le consommateur européen accorde une importance croissante à la performance, à la sécurité, à la durabilité, mais aussi au rapport qualité/prix, ce qui correspond pleinement à la philosophie produit d'IRIS Tyre. Notre production, réalisée dans une usine 4.0 dotée de technologies de pointe et soumise à plus de 300 points de contrôle, garantit une qualité équivalente à celle des marques</p>	<p>5) Le premier obstacle est d'ordre technique et réglementaire : l'UE impose des exigences strictes en matière de normes qualité, sécurité, environnement, étiquetage et traçabilité. Pour IRIS Tyre, cela implique des investissements continus dans les processus de certification (ISO 9001, ISO 14001, IATF 16949) et dans le contrôle qualité tout au long de la chaîne de production. Un autre frein concerne les procédures administratives et logistiques : les délais de traitement des formalités à l'export (certificats, inspection, dédouanement) peuvent ralentir la réactivité de l'entreprise face aux demandes européennes. À cela s'ajoutent des coûts logistiques élevés (transport maritime, assurance, manutention) et une infrastructure portuaire parfois saturée, ce qui nuit à la compétitivité globale du produit à destination. Enfin, un obstacle souvent rencontré est le manque de visibilité et de notoriété des marques algériennes sur les marchés européens. Malgré la qualité de nos pneus, une part importante du travail consiste à convaincre les clients potentiels de tester un produit encore perçu comme "émergent".</p> <p>6) L'accès au marché européen est à la fois très structuré et très concurrentiel. Les barrières sont essentiellement non tarifaires et prennent la forme d'exigences techniques, de standards élevés et parfois de politiques d'homologation longues et complexes. Ces contraintes nécessitent un haut niveau de préparation technique et documentaire. Par exemple, dans le secteur du pneumatique, la certification E-mark est obligatoire pour commercialiser un pneu dans l'UE. Ce marquage atteste que le produit répond aux exigences de</p>	<p>7) Recommandations : Renforcement des dispositifs de soutien à l'export : Il est essentiel que les autorités algériennes facilitent davantage l'obtention de documents clés comme le certificat EUR.1 et soutiennent la simplification des démarches douanières et logistiques. Un accompagnement à la certification (E-mark, ISO, etc.) et à la normalisation sectorielle serait également précieux, notamment pour les PME industrielles. Développement d'infrastructures logistiques compétitives : La modernisation des ports, la fluidification du transport et la réduction des délais administratifs à l'export seraient des leviers majeurs pour améliorer la compétitivité des produits algériens sur les marchés de l'UE. Promotion de l'image des marques algériennes à l'international : Il est important de soutenir la notoriété des produits algériens à travers des campagnes de communication ciblées, des participations collectives à des salons internationaux, et la création de labels de qualité nationaux reconnus. Renforcement des partenariats public-privé : Une meilleure coordination entre les institutions publiques, les organisations professionnelles et les entreprises exportatrices permettrait de mutualiser les efforts, partager les bonnes pratiques et mieux représenter les intérêts algériens face aux exigences européennes. Pour IRIS Tyre, le soutien à l'obtention des certifications techniques telles que E-mark, nécessaires pour répondre aux exigences européennes, est fondamental. De même, une politique industrielle nationale favorable à l'innovation et à l'exportation dans le secteur manufacturier doit être renforcée.</p> <p>8) À moyen et long terme, nous anticipons une croissance continue des exportations algériennes vers l'UE, en particulier dans les secteurs où l'offre est alignée sur les exigences techniques et environnementales du marché européen. Pour IRIS Tyre, cela signifie poursuivre nos efforts en matière de qualité, de conformité réglementaire, et d'innovation. Notre objectif est d'étendre notre présence dans de nouveaux marchés européens tout en nous préparant à l'intégration dans le segment de la monte d'origine (OEM), ce qui</p>
---	--	--	--	---

		<p>européennes, tout en étant plus compétitive en termes de prix. En outre, les préoccupations environnementales croissantes au sein de l'UE favorisent l'essor de fournisseurs qui, comme IRIS Tyre, s'engagent dans des démarches de certification environnementale (ISO 14001 : 2015), un critère devenu central dans les appels d'offres européens.</p>	<p>sécurité et de conformité européennes. Chez IRIS Tyre, nous mettons un point d'honneur à ce que toutes nos gammes de pneus soient certifiées E-mark, ce qui implique une veille réglementaire constante et une rigueur dans les processus de test et d'homologation. Cependant, il est à noter que ces barrières sont également des opportunités pour les entreprises sérieuses et bien préparées. Elles filtrent l'entrée à des concurrents moins rigoureux, ce qui permet à des marques comme IRIS, dotées d'une technologie avancée et d'un engagement qualité fort, de se positionner durablement sur ces marchés exigeants.</p>	<p>exige des niveaux d'exigence encore plus élevés. Nous visons également à consolider notre image de marque premium en Europe, en nous appuyant sur notre technologie de production 4.0, nos certifications internationales et notre stratégie d'amélioration continue. À long terme, l'industrie algérienne pourrait jouer un rôle plus stratégique dans les chaînes de valeur euro-méditerranéennes, à condition que les réformes logistiques, réglementaires et commerciales soient accélérées.</p>
--	--	---	---	---

<p>19 :</p> <p>BERAFTA Mohamed Reda</p> <p>Date = 30/04/2025 Durée/Moyen = Par Appel (16min) Fonction occupée = Superviseur des Ventes Organisme/Entreprise = Condor Algérie</p>	<p>1)» Le secteur agricole présente un grand potentiel, notamment grâce aux subventions de l'État. C'est un secteur stratégique qui peut générer des revenus à la fois nationaux et internationaux. Cependant, pour les produits industriels, beaucoup ne respectent pas encore les normes ISO nécessaires pour être compétitifs à l'échelle internationale. Certaines entreprises algériennes parviennent tout de même à s'imposer. Par exemple, Condor a noué des partenariats avec des entreprises étrangères comme Hisense et exporte des climatiseurs, avec une capacité de production d'un million d'unités par an, dont 80 % sont destinées à l'Afrique et au Moyen-Orient. El Mordjene, quant à elle, a connu un blocage lié à une forte demande qui a gêné des concurrents comme Nutella. Hamoud Boualem exporte aussi d'importantes quantités, avec des produits jugés fiables et de bonne qualité.</p> <p>2)» Les produits africains, y compris algériens, ne sont pas toujours acceptés sur les marchés internationaux. Il faut améliorer leur qualité ou formaliser les échanges via des contrats solides. La règle de base pour réussir à exporter est que le coût de production soit inférieur au coût d'importation du même produit. Il est également nécessaire d'adopter les normes de fabrication européennes si l'on souhaite répondre aux exigences des marchés internationaux. Pour l'instant, les normes algériennes sont souvent différentes, ce qui complique l'accès.</p>	<p>3)» L'intervenant ne mentionne pas directement l'accord d'association, mais il insiste sur la nécessité d'adopter le principe de réciprocité : si l'Algérie ouvre son marché, elle doit obtenir les mêmes avantages en retour. Faute de quoi, le marché algérien restera uniquement un marché de consommation, et non un acteur compétitif à l'échelle mondiale.</p> <p>4)» Certaines tendances pourraient être exploitées par les entreprises algériennes. Par exemple, le réchauffement climatique augmente la demande de climatiseurs, notamment en Europe. En outre, la cuisine maghrébine gagne en popularité en France, influencée par la diaspora arabe. Des produits comme le couscous pourraient ainsi bénéficier de cette tendance. Ces évolutions représentent des opportunités pour les produits algériens.</p>	<p>5)» obstacles : Le manque de matières premières (MP) disponibles en Algérie. Le coût de production élevé localement. Une demande peu importante à l'international si la qualité perçue reste inférieure. L'écart entre les normes européennes et algériennes dans la fabrication des produits. Des problèmes liés à la devise étrangère, qui compliquent les transactions internationales.</p> <p>6)» Sans réciprocité commerciale, l'Algérie continuera à être désavantagée. Il faut que les échanges se fassent sur une base équitable, sinon les producteurs algériens seront toujours relégués au second plan face aux exigences asymétriques de l'UE.</p>	<p>7)» Recommandations : Améliorer la qualité des produits. Proposer des prix abordables et compétitifs. Encourager les partenariats économiques. Faciliter les investissements en Algérie. Subventionner les investisseurs pour renforcer leur compétitivité à l'international.</p> <p>8)» Il y a une vision d'exportation sur 5 ans, notamment dans le secteur des climatiseurs. Il y a une estimation d'une production de 800 000 unités, qui peut couvrir le marché de l'UE. L'Algérie dispose d'une main-d'œuvre abordable, et la qualité des produits est en amélioration constante. Si la qualité continue de progresser et que les prix sont compétitifs, les Européens pourraient eux-mêmes venir chercher les produits algériens. Il y a donc un potentiel réel, à condition d'aligner la production sur les normes internationales.</p>
---	---	--	---	--

<p>20 :</p> <p>KAHLOUCHE Ismail</p> <p>Date = 01/05/2025 Durée/Moyen = Par email</p> <p>Fonction occupée = Directeur des Ventes Organisme/Entreprise = SARL Kaoua Food (Optilla)</p>	<p>1)» La capacité d'exportation de l'Algérie vers l'Union européenne est perçue comme très limitée en dehors du secteur des hydrocarbures. En effet, les exportations algériennes hors hydrocarbures restent insignifiantes, principalement en raison des nombreuses barrières tarifaires et non tarifaires imposées par l'UE, ainsi que des conditions strictes auxquelles doivent se conformer les produits pour accéder à ce marché. Sur le plan financier, cela se traduit par un chiffre d'affaires qui ne dépasse pas les 2 milliards de dollars, illustrant ainsi la faible diversification des exportations algériennes là-bas.</p> <p>2)» Sur le plan de la qualité, les produits algériens souffrent d'un manque de compétitivité, ce qui constitue un frein majeur à leur intégration durable sur le marché de l'UE, où les exigences sont particulièrement élevées. En revanche, les prix sont globalement très compétitifs, ce qui représente un atout non négligeable face à la concurrence. En ce qui concerne les quantités, la compétitivité est jugée moyenne, mais elle demeure perfectible : avec une amélioration des capacités de production et de la logistique, l'Algérie pourrait renforcer sa position sur ce marché stratégique.</p>	<p>3)» Il n'offre presque aucune opportunité réelle, sauf peut-être pour certaines matières premières rares ou ayant une qualité unique qui pourraient intéresser le marché européen.</p> <p>4)» Pour que les tendances du marché de l'UE favorisent réellement les produits algériens, il serait nécessaire de revoir en profondeur les accords existants avec l'UE. Cette révision devrait se faire sur des bases plus équilibrées, en écartant les influences administratives liées aux lobbies occidentaux, et en donnant davantage de place aux investisseurs, commerçants et industriels. Ce changement permettrait de créer un environnement plus favorable à la promotion et à l'exportation des produits algériens.</p>	<p>5)» Les principaux obstacles à l'exportation des produits algériens vers l'UE sont les barrières juridiques, comme les normes strictes, et la qualité limitée de certains produits qui ne répond pas toujours aux exigences européennes.</p> <p>6)» Ces barrières sont perçues comme étant en faveur des industriels européens. Elles résultent d'un accord mal négocié du côté algérien, ce qui limite les avantages pour les exportateurs algériens et rend l'accès au marché européen plus difficile.</p>	<p>7)» Recommandations : Revoir les conventions actuelles et les accords économiques pour les rendre plus favorables à l'Algérie. Imposer des barrières similaires à celles de l'UE pour les produits européens afin d'équilibrer les échanges commerciaux. Revoir la politique de prix pour renforcer la compétitivité des produits algériens. Améliorer les compétences en négociation et en lobbying pour mieux défendre les intérêts algériens sur la scène internationale.</p> <p>8)» Perspectives : Se concentrer sur les matières premières à forte demande et prix élevé. Mettre en place un bon marketing à l'export pour promouvoir les produits algériens. Faciliter la récupération et l'utilisation des devises par les opérateurs économiques. Alléger et éviter les procédures bureaucratiques lourdes et gênante. Renforcer la digitalisation pour améliorer l'efficacité et l'accès aux marchés internationaux.</p>
--	--	--	---	--

<p>21 :</p> <p>MEKDICHE Anis</p> <p>Date = 02/05/2025 Durée/Moyen = Par LinkedIn Fonction occupée = Superviseur Commercial Organisme/Entreprise = Rami Food Company</p>	<p>1) À mon avis, la capacité d'exportation de l'Algérie vers l'Union européenne reste relativement moyenne, surtout lorsqu'on la compare à la diversité des filières et des produits disponibles dans le pays. Malgré un potentiel important, notamment dans les secteurs agroalimentaire, énergétique et minier, cette capacité reste limitée.</p> <p>2) Je trouve que la compétitivité des produits algériens sur le marché européen s'est un peu améliorée ces dernières années, surtout si on compare à il y a une dizaine d'années. On sent que certains producteurs font plus d'efforts pour s'adapter aux exigences du marché européen, que ce soit en termes de qualité ou de présentation. Mais malgré ces progrès, il reste encore du chemin à faire, car la concurrence est forte et nos produits manquent parfois de visibilité ou de valeur ajoutée.</p>	<p>3) Il facilite les échanges commerciaux entre les deux parties et rend les transactions plus simples et plus fluides. Si l'UE respecte ses engagements, cet accord pourrait également encourager les investissements et ouvrir la voie à d'autres formes de coopération économique, ce qui permettrait à l'Algérie de mieux s'intégrer dans le marché européen et de développer certains secteurs clés.</p> <p>4) Les produits algériens peuvent bénéficier de certaines tendances du marché européen, comme l'intérêt croissant pour les produits naturels, authentiques et de qualité. En mettant en avant la diversité et la qualité de ce que l'Algérie a à offrir, comme les produits alimentaires ou artisanaux, il y a de vraies opportunités de capter l'attention des consommateurs européens. De plus, simplifier le processus de vente et améliorer la logistique rendrait ces produits encore plus accessibles et attractifs.</p>	<p>5) À mon avis, le principal obstacle à l'exportation vers l'UE réside dans la forte demande combinée à une faible production. Cette différence crée un déséquilibre qui rend difficile la satisfaction des exigences du marché, affectant ainsi négativement le processus d'exportation</p> <p>6) Je les considère comme des obstacles inutiles, car elles sont souvent causées par un manque de matières premières ou de main-d'œuvre. Ces limitations compliquent le processus d'exportation et freinent les opportunités de développement pour nos produits.</p>	<p>7) Il serait important de rendre le processus d'exportation plus simple et d'améliorer la logistique. Il faudrait aussi augmenter le taux de production nationale pour atteindre l'autosuffisance.</p>
--	--	--	--	---

<p>22 :</p> <p>BOUBAKEUR Sedik</p> <p>Date = 03/05/2025 Durée/Moyen = Par email Fonction occupée = Regional Export Advisor Organisme/Entreprise = Indépendant</p>	<p>1)» La capacité d'exporter de l'Algérie vers l'Europe dépend de notre capacité à produire, à se conformer aux différentes normes européennes, et surtout de répondre aux conditions, bien sûr tarifaires, mais surtout NON TARIFAIRES, des réglementations européennes, puis celles du pays européen de destination. Le “ non tarifaire” est un obstacle indirect à la libre circulation des biens et des services, camouflé sous l'étiquette de la santé, de l'environnement et d'autres contraintes, avouées (dimensions, calibre ...) et d'autres inavouées (exemple de la poudre de lait, même si l'Algérie importe la poudre de lait d'Europe, elle ne peut exporter des produits transformés à base de cette même poudre, une tricherie réglementaire.</p> <p>2)» La Compétitivité des produits algériens, deviendra Bonne avec la maîtrise des circuits de la Supply Chain, en d'autres termes, LA LOGISTIQUE, avec ses réactivités locales algériennes, l'exportateur et sa gestion des opérations in situ, l'administration et ses blocages (comportementaux et réglementaires hors normes internationales), Le transfert routier (les distances), l'emmagasinage en dépôts sous douane, la programmation des frets Maritimes et aériens, les contrôles douaniers, l'émission des documents d'embarquement (connaissance) nécessaires ... etc. Il est difficile de répondre à des seuils de compétitivité des produits algériens en Europe, si la chaîne des intervenants n'est pas maîtrisée. Par “ maîtrisée” nous indiquons spécialement les comportements humains (les algériens commencent à apprendre l'EXPORT, la réactivité est l'élément principal), puis la fluidité des opérations, la prise de conscience volontaire dans cette chaîne ...etc. Bien sûr c'est le produit lui-même qui répond à la question de s'il est compétitif ou pas dans un marché extérieur. Il y a la compétitivité normative, Le compétitivité du coût, La compétitivité adaptative (le produit doit aussi répondre aux goûts de</p>	<p>3)» Les accords, offrent quelques quotas pour l'importation de certains produits (EURO 1)mais les avantages sont surtout pour la partie européenne, les vannes sont ouvertes dans le sens Europe vers Algérie, le contraire n'est pas vrai, par contre il y a d'autres accords avec la France qui datent, et que les algériens n'exploitent pas à fond.Pour répondre à cette question d'opportunités, je dirais que l'export en premier lieu n'a pas besoin d'accord (les accords sont créés pour maintenir des barrières)(chacun défend son marché local et son économie, sauf pour les états rentiers mais c'est un autre sujet).Les opportunités on se les crée, on les cherche (veille, prospection, étude des comportements, perceptions et adaptation aux cultures locales ciblées, visites de pays, connaissance des capacités de leur production, savoir ce que fait la concurrence chez eux, etc.) Donc Les Opportunités sont présentes, elles sont soit visibles, soit cachées.</p> <p>4)» Il n'y a pas de tendances, il y'a des habitudes de consommations ou des besoins à repérer, (c'est un peu brut comme réponse, mais c'est mon vécu quotidien (la réalité) je ne poursuis pas la tendance, je combats l'inertie comportementale et les blocages surtout de l'administration. But Recherché : pérenniser l'action de l'export (qui reste dépendant du sens Culturel, des différentes parties prenantes).</p>	<p>5)» Les obstacles :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Le protectionnisme non déclaré, l'influence des multinationales et de leurs lobbyistes (si vous ramener de la mangue directement du Mali ou du Benin vers l'Algérie on vous dira que c'est un fruit à risques, porteur de maladies par arrêté de wilaya, mais si un importateur l'importe de France ou d'Espagne on lui demandera un certificat sanitaire, alors que le produit vient des deux pays déjà cités, (la France ou l'Espagne ne produisent pas de mangue) ou est l'obstacle, je vous laisse chercher. -Pareil pour le café, les bananes, les pièces de rechange, ...) il y a des obstacles de monopole historiques heureusement en voie de disparition (les blés importés de France par exemple, et les médicaments...). - Politique des quotas. - Licences. <p>Les obstacles peuvent être surmontés par des accords qui contrent les accord “ barrières” exemple : (les accords de libres échanges) ou des ententes spéciales ou stratégiques (intérêts partagés entre deux pays ou plusieurs, pour raisons politiques, économiques ou sécuritaires, ou par spéculation (pétrole, cacao, aciers, métaux précieux, caoutchouc, et la liste est longues). LES BOURSESE en font leurs principales spéculations.</p> <p>6)» Les barrières européennes sont en arborescence, par produits, par lois, par règlements, puis arrivent derrière les barrières par pays, c'est une toile de règlement, en prendre connaissance est une première exigence, car elles leur permettent de se “ protéger “ et de se confiner, mais quand ils veulent eux même exporter ils crient tout haut contre les réglementations des autres pays (exemple la Chine) avec l'Algérie ils ont essayé en affichant l'excédent commercial algérien en</p>	<p>7)» Recommandations :</p> <p>Améliorer le produit algérien, le valoriser (marketing) et le faire connaître (foire, expositions, salons spécialisés). L'export est un investissement, il y a toujours une prise de risques, ne pas dépenser et vouloir exporter, c'est une chimère et un manque de connaissances et de discernement. (Il y'a un budget Export pour ceux qui planifient l'export, ceux qui fixent des objectifs à l'export) Ne pas s'auto-satisfaire et aller voir ce que font les autres dans le Métier de L'EXPORT. Ne pas encenser le produit algérien, et admettre que les autres font beaucoup mieux que nous (ça nous permettra de chercher à s'améliorer et à améliorer en continu). Arrêter de croire que nous sommes producteurs d'énergie, donc nous seront compétitifs (la compétitivité ne se limite pas seulement aux coûts de production). L'administration gère l'administratif (mais ne doit pas bureaucratiser (culture et comportements) arrêter de créer des obstacles administratifs mais plutôt le contraire. Apprendre les langues étrangères, plus vous maîtriser la langue plus vous connaîtrez votre vis-à-vis et sa culture. On s'acclimate et on s'imprègne de la culture locale, on ne s'impose pas, on n'impose pas et on n'exige pas. On s'adapte, on adopte, on accepte l'autre, ce sont nos hôtes, nous sommes les invités même si on s'invite nous-mêmes chez eux, derrière LA CULTURE, il y'a LE RESPECT (cela aussi fait partie de la compétitivité).</p> <p>8)» Perspectives :Les perspectives sont en nous même, si nous nous améliorons en permanence, en continu, les perspectives d'exporter aux autres seront bonnes, même très bonnes, car nous valoriseront alors les avantages que nous avons (position géographique, force de travail disponible, énergie disponibles, matières premières disponibles, agriculture durable très possible, indice carbone bien maîtrisable). Sans parler de toutes ces opportunités existantes et futures pour l'export des services, et des connaissances.</p>
--	--	--	---	--

	<p>l'acheteur, à ses besoins locaux spécifiques d'usage qui peuvent différer d'un usage dans une autre zone commerciale, l'export est un commerce CULTUREL, pour être économiquement Rentable. La compétitivité est subordonnée aux comportements de l'exportateur, qui doit définir sa stratégie d'export et la dominer par un contrôle CONTINU, sans omission, sans négligence des étapes (contrôle de qualité, contrôle des tâches, célérité, anticipation, prévisibilité. ...)</p>		<p>désignant le gaz algérien, mais ils n'ont pas pu aller au bout, le gaz est vital pour eux. Donc, Les Barrières sont bien là, il faut les trépasser et les sauter.</p>	
--	--	--	--	--

<p>23 :</p> <p>DOUIDENE Leila</p> <p>Date = 05/05/2025 Durée/Moyen = Par email Fonction occupée = Enseignante en Commerce International, Spécialiste en Stratégies d'Internalisation, Consultante en Conseil à l'Export Organisme/Entreprise = ESGEN, Indépendante</p>	<p>1) Les capacités algériennes d'exportation est globalement faible mais surtout concentrée sur les exportations hydrocarbures ou bien produits dérivés des hydrocarbures, qui d'ailleurs constituent la grande partie des exportations hors hydrocarbures. L'Algérie ne possède toujours pas une base industrielle suffisamment diversifiée et compétitive pour satisfaire durablement les exigences du marché européen.</p> <p>2) Elle est insuffisante. Nos produits présentent une insatisfaction qualitative, un manque de standardisation, de packaging et surtout de visibilité. Il faut également ajouter que la quasi-totalité des produits algériens exportés vers l'Europe est destinée à la communauté maghrébine. Les produits algériens sont aussi peu compétitifs sur les marchés européens à cause des coûts logistiques élevés, la faible capacité d'innovation et de développement de nouveaux.</p>	<p>3) Un accès privilégié et libre de droits de douane à un marché de plus de 400 millions de consommateurs permet un alignement progressif sur les normes européennes, ce qui peut enrichir la crédibilité de l'offre algérienne à l'international.</p> <p>4) Parmi les tendances du marché UE qui sont en faveur des produits algériens, je cite la demande croissante pour des produits bio, éthiques et d'origine méditerranéenne. Exemple : les dattes de qualité (en bio et éthique).</p>	<p>5) Des obstacles du type structurel : une bureaucratie peu efficace, l'absence de stratégie export clairement définie, des organismes d'accompagnement au fonctionnement parfois défaillant. Avec l'on pourrait ajouter à ces inconvénients, une logistique défaillante, des infrastructures inadaptées, standards européens et également une offre de produits locaux peu conforme aux attentes du marché européen.</p> <p>6) En termes de normes, elles sont bien plus élevées, mais elles existent ! Ce sont surtout des normes non tarifaires. Ainsi des normes sanitaires, certifications, traçabilité, règles d'étiquetage, etc., qui n'ont pas été mises pour nous empêcher de passer, mais pour nous permettre d'accéder à un standard que nous allons devoir atteindre.</p>	<p>7) Recommandations : Pour favoriser l'internationalisation des produits algériens sur le marché UE, je pourrai formuler une batterie de recommandations ; les plus importantes sont à mon sens : Apprendre aux exportateurs à se mettre à niveau vis-à-vis des normes de l'UE. Mettre en place des clusters export orientés qualité et créer plus de synergie entre les différents organismes du dispositif algérien dédié à la promotion des exportations hors hydrocarbures. Simplifier les formalités administratives à l'export. Soutenir les coopérations avec les distributeurs européens qui permettent aux produits algériens d'accéder plus rapidement et efficacement au marché. Investir dans le Branding du « produit algérien ». Enfin, cultiver la culture d'export chez les opérateurs économiques et les former aux métiers de l'export car l'export n'est pas une activité en vogue mais un métier qui a ses techniques et son savoir-faire.</p> <p>8) À court terme, une montée en puissance des filières hors hydrocarbures (agro, pharma, BTP) peut être espérée ; à long terme, l'Algérie peut devenir un acteur régional crédible si les réformes sont réelles et continues, mais cela dépendra d'une réelle volonté politique, d'une montée en gamme de l'offre, et enfin d'une stabilité réglementaire.</p>
---	--	---	---	--

<p>24 :</p> <p>BELLILI Ismail</p> <p>Date = 06/05/2025 Durée/Moyen = Par appel (1h) Fonction occupée = Outbound Logistics and Export Operations Manager Organisme/Entreprise = SARL Wafa Faile</p>	<p>1)» Le volume d'exportation reste relativement limité. Celles-ci sont principalement orientées vers l'Afrique, le Canada, l'Europe mais uniquement la France pour le moment. L'Algérie dispose néanmoins d'un potentiel important pour accéder au marché de l'Union européenne, en raison d'avantages comparatifs et des politiques publiques qui encouragent les exportations. Ces efforts visent notamment à réduire la facture d'importation afin d'augmenter les rentrées de devises, ce qui pourrait contribuer à renforcer la valeur du dinar. Actuellement, 95 % des exportations algériennes sont constituées d'hydrocarbures. Cela signifie que les 5 % restants correspondent aux exportations hors hydrocarbures, pour lesquelles les entreprises algériennes se livrent une concurrence.</p> <p>2)» Le rapport qualité/prix constitue un facteur déterminant pour réussir sur un marché étranger. Les produits algériens sont jugés de bonne qualité par rapport à ceux d'autres pays. En termes de performance et de coût, ils peuvent être compétitifs. À titre d'exemple, l'entreprise El Mordjene a rencontré un franc succès, notamment via les réseaux sociaux. Pour Wafa, les produits proposés sont de qualité, sans matières recyclées ou mélangées qui influenceraient négativement leur valeur. Toutefois, le prix reste soumis à plusieurs paramètres : le transport (incoterms et coûts supplémentaires), le dédouanement à l'importation, ainsi que certaines taxes (20% dans le secteur du papier, par exemple), ce qui peut augmenter le prix final d'environ 20%. Donc, pour rester compétitif, il est nécessaire soit de réduire la marge bénéficiaire, soit d'ajuster la qualité. Il reste encore des efforts à fournir pour concurrencer les produits déjà bien établis sur le marché européen. Le comportement du consommateur et un ciblage efficace sont également essentiels. De plus, la conformité aux normes ISO est un facteur important à ne pas négliger.</p>	<p>3)» L'accord d'association permet aux producteurs algériens de bénéficier de réductions de taxes à l'entrée sur le marché européen. Par exemple, le certificat EUR.1, fourni par le producteur et transmis via le transitaire, donne droit à des avantages douaniers. Cela constitue une opportunité importante pour améliorer la compétitivité des produits algériens. L'État algérien subventionne aussi le transport (remboursement de 50 % via le FSPE), ce qui encourage davantage les exportations.</p> <p>4)» La diaspora algérienne en Europe, notamment en France, représente une cible naturelle pour les produits algériens. Animée par un sentiment de fierté et de nostalgie, cette population soutient activement la demande pour les marques nationales telles que Hamoud et Wafa. De plus, certains pays de l'UE, comme l'Italie, importent des matières premières algériennes (ex. : aluminium), malgré leur propre production, en raison des coûts de production locaux plus élevés. Cette tendance peut favoriser les produits algériens compétitifs en coût. Aussi, des experts économiques prévoient que le marché de l'Union européenne pourrait être inondé par les importations d'ici 10 à 20 ans, en raison des fluctuations économiques actuelles, surtout en France, où les coûts de l'énergie sont particulièrement élevés.</p>	<p>5)» Obstacles : Les coûts logistiques élevés (transit time, retard d'empotage, transport, taxes...).</p> <p>Une logistique encore insuffisante : manque d'infrastructures portuaires adaptées, et indisponibilité de conteneurs.</p> <p>Une concurrence intense sur le marché européen, notamment dans certains secteurs comme le papier, où les produits turcs, portugais ou européens sont bien implantés et proposés à des prix plus bas.</p> <p>La faible capacité logistique par rapport au volume d'exportation souhaité.</p> <p>Les ports, surtout celui d'Alger, sont surchargés malgré un fonctionnement continu (7j/7, 24h/24).</p> <p>Le recours au transbordement via des navires de petite taille, qui augmente les délais et les coûts.</p> <p>6)» Les barrières d'accès aux marchés européens sont considérées comme justifiables.</p>	<p>7)» Recommandations : Améliorer les infrastructures logistiques, notamment les ports, afin de permettre le transbordement direct depuis l'Algérie et d'éviter les surcharges. Par exemple, si l'Algérie parvient à concrétiser le projet du Grand Port d'El Hamdania à Cherchell, cela représenterait un saut économique majeur et positionnerait le pays comme une puissance logistique clé en Méditerranée.</p> <p>Les producteurs algériens doivent améliorer la qualité de leurs produits tout en réduisant temporairement leurs marges, pour mieux pénétrer le marché, avant d'aligner progressivement leurs prix sur ceux des concurrents.</p> <p>8)» Actuellement, le volume d'exportation de Wafa est relativement faible à cause des prix à l'export. Cependant, d'ici 2026, l'entreprise prévoit de produire localement de la pâte à papier, ce qui permettra une meilleure maîtrise des coûts de production, une réduction des prix, une amélioration de la compétitivité, ainsi que la possibilité d'exporter de la matière première. À l'heure actuelle, Wafa transforme des bobines de papier importées. Cette intégration en amont permettra à l'entreprise de contrôler l'ensemble de la chaîne de valeur, lui conférant ainsi un avantage concurrentiel tant sur le marché local qu'à l'international.</p>
---	--	--	---	---

Table des Matières

Table des Matières

Dédicaces

Remerciements

Liste des Tableaux

Liste des Figures

Liste des Abréviations

Résumés

Sommaire

Introduction Générale..... 1

Chapitre I : Généralités sur le Commerce International et les Accords Commerciaux Régionaux..... 6

Section 01 : Cadre théorique du Commerce International 8

I. Définition et Concepts fondamentaux du Commerce International : 8

1. Définition du Commerce International : 8

2. Théories du Commerce International : 9

A. Théories classiques : 9

B. Théories néoclassiques : 10

C. Les nouvelles théories du commerce international : 12

II. Indicateurs de Performance et Environnement des Affaires : 14

1. Rôle des indicateurs dans l'évaluation de la performance économique et commerciale des pays : 14

A. Les indicateurs macroéconomiques : 14

B. Les indicateurs commerciaux : 14

C. Les indicateurs de compétitivité : 15

2. Rapport Doing Business de la Banque Mondiale : 15

3. Importance de l'environnement des Affaires pour le Commerce International : .. 16

III. Organisation du Commerce International : 16

1. L'Organisation Mondiale du Commerce : 16

A. Définition : 16

B. Rôle et objectif : 17

2. Les Accords Commerciaux Multilatéraux : 17

3. Les barrières tarifaires et non-tarifaires : 18

A.	Les barrières tarifaires :	18
B.	Les barrières non-tarifaires :	19
Section 02 :	Les Accords Commerciaux Régionaux	21
I.	Généralités sur les Accords Commerciaux Régionaux :	21
1.	Base de données de l'OMC sur les ACR :	21
A.	Les défis majeurs :	23
B.	Les opportunités majeures :	24
II.	Les formes des Accord Commerciaux Régionaux :	26
1.	Régionalisation institutionnelle :	26
A.	Zone d'échanges préférentiels :	26
B.	Accord d'association :	27
C.	Zone de libre-échange :	27
D.	Union douanière :	27
E.	Marché commun :	27
F.	Union économique et monétaire :	28
G.	Union politique :	28
2.	Régionalisation spontanée :	29
3.	Les grands accords du Commerce International :	30
Chapitre II : Zoom sur l'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne.35		
Section 01 :	Historique de l'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne	37
I.	Historique des Relations entre l'Algérie et l'UE :	37
1.	Accords de Coopération de 1976 :	37
2.	Accord d'Adaptation de 1987 :	39
3.	Initiative du Processus de Barcelone (1995) :	39
II.	Contexte et Négociations de l'Accord d'Association Algérie-UE :	41
1.	Motivations des parties :	41
2.	Cadre de négociations (1993-2001) :	42
3.	Signature et la ratification (2001-2005) :	43
III.	Evolution et Mise en œuvre de l'Accord d'Association Algérie- UE :	44
1.	Processus d'application progressif :	44
2.	Ajustements et révisions :	48
3.	Défis et contraintes de mise en œuvre :	50
Section 02 :	Contenu de l'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union Européenne	53

I.	Présentation de l'Accord d'Association Algérie-UE :.....	53
II.	Fondements et Objectifs de l'Accord :.....	55
1.	Les Fondements de l'Accord :.....	55
2.	Les Objectifs de l'Accord :.....	56
III.	Les Principales Clauses de l'Accord :.....	58
1.	Titre I : Le dialogue et la coopération politiques :.....	58
2.	Titre II : Libre circulation des marchandises :.....	58
A.	Établissement d'une zone de libre-échange :	58
B.	Produits industriels (Chapitre 1) :.....	58
C.	Produits agricoles et de la pêche (Chapitre 2) :.....	59
D.	Dispositions communes (Chapitre 3) :	59
3.	Titre III : Droit d'établissement et Prestations de services :.....	61
A.	Traitement des services :	61
B.	Prestation transfrontalière :.....	61
C.	Présence commerciale :	61
D.	Présence de personnes physiques :.....	62
E.	Transports :.....	62
F.	Réglementation intérieure :	62
G.	Définitions :	62
H.	Dispositions générales :.....	62
4.	Titre IV : Paiements, Capitaux, Concurrence et Autres Dispositions Économiques:	62
A.	Paiements courants et circulation des capitaux (Chapitre 1) :.....	62
B.	Concurrence et autres dispositions économiques (Chapitre 2) :.....	62
5.	Titre V : Coopération économique :	63
A.	Objectifs et Champs d'application :	63
B.	Moyens et Modalités :	63
C.	Domaines couverts :	63
6.	Titre VI : Coopération Sociale et Culturelle :.....	64
A.	Dispositions relatives aux travailleurs (Chapitre 1) :	64
B.	Dialogue dans le domaine social (Chapitre 2) :.....	64
C.	Actions de coopération en matière sociale (Chapitre 3) :.....	64
D.	Coopération en matière culturelle et d'éducation (Chapitre 4) :.....	65
7.	Titre VII : Coopération Financière :	65

8.	Titre VIII : Coopération en Justice et Affaires Intérieures :	65
A.	Renforcement des institutions et État de droit :	65
B.	Circulation des personnes :	65
C.	Prévention et contrôle de l'immigration illégale :	65
D.	Coopération juridique et judiciaire :	65
E.	Prévention et lutte contre la criminalité organisée :	65
F.	Lutte contre le blanchiment d'argent :	66
G.	Lutte contre le racisme et la xénophobie :	66
H.	Lutte contre la drogue et la toxicomanie :	66
I.	Lutte contre le terrorisme :	66
J.	Lutte contre la corruption :	66
9.	Titre IX : Dispositions institutionnelles générales et finales :	66
	Chapitre III : Étude Empirique	69
	Section 01 : Cadre méthodologique de l'enquête	71
I.	Présentation de l'organisme d'accueil :	71
1.	Présentation d'ALGEX :	71
2.	Missions d'ALGEX :	75
3.	Rayonnement International des Produits Algériens :	76
A.	Bilan de la participation de l'Algérie aux événements économiques organisés à l'étranger au titre de l'année 2024 :	76
B.	Programme officiel de la participation de l'Algérie aux événements économiques à l'étranger pour l'année 2025 :	78
II.	Méthodologie de recherche :	80
1.	Objectif de l'étude :	80
2.	Approche adoptée :	81
3.	Type d'entretien :	81
4.	Déroulement de l'enquête :	83
5.	Outil d'analyse de données - NVivo :	84
	Section 02 : Evaluation des Résultats	86
I.	Analyse des résultats :	86
1.	Analyse lexicale :	86
A.	Thème 1 : Contexte général	88
B.	Thème 2 : Opportunités	90

C. Thème 3 : Limites et obstacles	91
D. Thème 4 : Recommandations et perspectives.....	92
2. Analyse de contenu :.....	93
A. Thème 1 : Contexte général.....	94
B. Thème 2 : Opportunités	96
C. Thème 3 : Limites et obstacles	98
D. Thème 4 : Recommandations et perspectives.....	99
II. Synthèse des résultats :.....	101
Conclusion Générale	107
Bibliographie	
Annexes	

