



Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou



**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de gestion
Département Sciences Commerciales**

Mémoire de fin d'études

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales
Option : Finance et Commerce International

Thème

Le rôle des dispositifs d'accompagnement des PME Algériennes
dans la promotion des exportations hors hydrocarbures
Cas de L'Agence Nationale de Promotion de Commerce Extérieur
« ALGEX »

Présenté par :

M^r OUNADI Lounes

M^r YACINE Sofiane

Dirigé par :

M^{me}. DJELLOUT Fatima

Soutenu le 26/06/2024 devant le jury composé de:

Président : M^r OUALIKENE Selim, professeur, UMMTO

Examineur : M^r AKKOUL Jugurtha, MCB, UMMTO

Rapporteur : M^{me}. DJELLOUT Fatima, MAA, UMMTO

Promotion : 2024

REMERCEMENTS

Au terme de ce travail, nous tenons à remercier dieu le tout puissant de nous avoir donné le courage, la volonté et la patience pour achever ce travail.

Nous tenons à adresser nos vifs remerciements à Mme « DJELLOUT Fatima » pour son encadrement de qualité, ses encouragements renouvelés, ses remarques pertinentes et ses conseils précieux.

Nous remercions également les membres du jury, qui ont accepté d'évaluer ce travail, et l'ensemble des enseignants qui ont assuré notre formation tout au long de notre cursus universitaire.

Pour la même occasion, nous remercions, Infiniment tout le personnel de L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur « ALGEX » qui nous ont accueillis à bras ouvert et nous ont offert le terrain favorable pour la réalisation de notre travail.

Nous dédions ce travail



A nos chers parents



A nos amis



A tous les membres de la famille



*YACINE Sofiane
OUNADI Lounes*

Liste des abréviations

ALGEX : Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur

ANDI : Agence Nationale de Développement et de Promotion de l'Investissement

ANEXAL : Association Nationale des Exportateurs Algériens

CACI : Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie

CAGEX : Campanie d'Assurance et de Garantie des Exportations

CECA : Confédération des Entreprises Citoyennes d'Algérie

CEVITAL : Entreprise algérienne dans l'industrie agroalimentaire et la grande distribution, fondée en 1998 par ISSAD Rebrab

CNAC : Centre National de Promotion de l'Artisanat et des Activités de Production de l'Artisanat

CNPA : Centre National de Promotion de l'Artisanat et des Activités de Production de l'Artisanat

CNPC : Centre National de Promotion du Commerce Extérieur

FGE : Fonds de Garantie des Exportations

FNP : Fonds National de Promotion des Exportations

GATT: General Agreement on Tariffs and Trade

IBS : Exonération permanente de l'Impôt sur les Bénéfices des Sociétés

Mds : Milliards

OMC : Organisation Mondiale du Commerce

ONG : Organisation Non Gouvernementale

ONS : Office National des Statistiques

PACE : Programme d'Accompagnement des Entreprises Exportatrices

PDE : Programme de Développement des Exportations

PME : Petites et Moyennes Entreprises

PMN : Programme d'Appui à la Mise à Niveau des Entreprises

PIB : Produit Intérieur Brut

TAP : Exonération permanente de la Taxe sur l'Activité Professionnelle

UE: Union Européenne

USD: United States Dollar

VF : Suppression du Versement Forfaitaire

ZALE : Zone Arabe de Libre Échange

ZLE: Zone Libre Échange

Liste des tableaux

Tableau N°01 : classement des PME selon la taille	7
Tableau N°02 : les points forts et les points faibles des PME	13
Tableau N°03 : typologie et nombre de PME par secteurs d'activités (2019-2020)	19
Tableau N° 4 : récapitulatif des mécanismes, accords, dispositifs et programmes d'aide et d'accompagnement des exportations hors hydrocarbures en Algérie.....	42
Tableau N°05 : directions régionales d'ALGEX	54
Tableau N°06 : les bureaux de liaison d'ALGEX	55
Tableau N°07 : répartition sectorielle des PME bénéficiaires en 2023	70
Tableau N°08 : Principales destinations des exportations des PME accompagnées par ALGEX en 2023	70
Tableau N°09 : principaux produits exportés par les PME accompagnées par ALGEX en 2023.....	71
Tableau N°10 : évolution du nombre de PME inscrites aux dispositifs d'ALGEX	72
Tableau N°11 : dispositifs d'accompagnement des PME à l'export créés dans le cadre de coopérations internationales avec d'autres pays ou organisations par ALGEX	74

Liste des figures

Figure N°01 : comparatif du nombre de PME dans le monde (2023)	12
Figure N°02 : évolution du nombre des PME en Algérie (2013-2022)	18
Figure N°03 : contribution des PME aux exportations hors hydrocarbures en Algérie (2013-2022)	23
Figure N°04 : structure des exportations de l'Algérie en pourcentage (2022)	28
Figure N°05 : structure des importations de l'Algérie en pourcentage (2022)	29
Figure N°06 : évolution des échanges commerciaux de l'Algérie (2012-2022) en Mds USD...	30
Figure N°07 : organigramme de l'ALGEX	90

A decorative border consisting of a grid of small squares, each containing a smaller square rotated 45 degrees, framing the entire page.

Sommaire

Introduction général	1
Chapitre I : généralités sur les PME	
Introduction	5
Section 01 : conceptualités sur les PME	6
Section 2 : évolution du tissu des PME en Algérie	14
Conclusion	26
Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie	
Introduction	27
Section 1 : évolution du commerce extérieur de l'Algérie	28
Section 2 : les mécanismes d'aide et d'accompagnement des exportations hors hydrocarbures	36
Conclusion	45
Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME	
Introduction.....	47
Section 1 : présentation de l'organisme d'accueil	48
Section 2 : étude qualitative de la contribution d'ALGEX dans l'accompagnement des PME à l'exportation	62
Conclusion	81
Conclusion générale	82
Références bibliographiques	84
Annexes	90

A decorative border composed of small, black-outlined squares arranged in a rectangular frame around the page content.

Introduction générale

Introduction générale

Dans un contexte mondial marqué par des tensions géopolitiques et économiques, l'Algérie, pays riche en ressources naturelles, se trouve dans un tournant décisif, où il doit impérativement diversifier ses sources de revenus et réduire sa dépendance aux hydrocarbures. En effet, malgré ces potentialités, l'économie Algérienne demeure sujette à plusieurs maux qui entravent son développement notamment le déséquilibre structurel qui caractérise sa balance commerciale dont la valeur des importations dépassent la valeur des exportations. Toutefois, puisque ces dernières se basent majoritairement sur l'industrie pétrolière et ses dérivées.

La diversification des exportations s'inscrit dans la stratégie nationale de développement. Depuis plusieurs années, l'Etat algérien a entrepris une série de réformes visant à améliorer la productivité des entreprises et le développement des exportations hors hydrocarbures dans un but ultime de relancer l'économie nationale et qui se manifestent à travers la mise en place des programmes d'aide destinés aux PME, structurés et régis par des organismes spécialisés. Le recours aux PME est ainsi devenu un levier privilégié des politiques économiques en réponse aux difficultés rencontrées par la grande entreprise publique pour faire face aux besoins économiques et sociaux croissants et diversifier les exportations (Amzal-Mehdi, 2022).

C'est dans ce contexte que s'inscrit notre travail de recherche qui explore la contribution des PME à diversification de l'économie Algérienne, et ce, à travers une analyse portant sur le rôle et l'efficacité des dispositifs ALGEX dans l'accompagnement des PME algériennes dans la promotion des exportations hors hydrocarbure, évaluant ainsi leur capacité à soutenir les PME et à favoriser le développement des exportations.

L'intérêt de ce sujet de recherche réside dans l'importance cruciale de la diversification économique pour l'Algérie, un pays largement dépendant des hydrocarbures. En examinant la contribution des dispositifs d'accompagnement des PME, en particulier à travers le rôle de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX), cette étude vise à identifier les leviers et les obstacles à la promotion des exportations hors hydrocarbures. Comprendre ces dynamiques est essentiel pour formuler des stratégies efficaces visant à renforcer la compétitivité des entreprises algériennes (notamment les PME) sur les marchés internationaux, stimuler la croissance économique et réduire la vulnérabilité de l'économie nationale face aux fluctuations futures des cours du pétrole.

Introduction générale

Notre stage pratique, au niveau de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX), nous permet d'acquérir une connaissance des dispositifs d'accompagnement mis en place par l'État algérien pour soutenir les PME exportatrices et de voir de près les conditions, la mise en place et le déroulement d'une opération d'exportation dans le cadre d'un dispositif d'accompagnement au niveau d'ALGEX et surtout les effets pratiques dans le cas d'une PME algérienne exportatrice ainsi que les résultats apportés.

Afin de cerner le sujet dans un cadre de recherche bien défini, nous suivons une approche hypothético-déductive, où nous établissons une problématique de départ qui sert de question initiale principale autour de laquelle sont construites des hypothèses de recherche. À la fin de la recherche, les conclusions sont tirées quant à la validité ou la réfutation des hypothèses initiales, contribuant ainsi à répondre à la problématique formulée au départ.

Ainsi, la problématique à laquelle nous avons tenté répondre à travers la présente étude est la suivante :

Quelle est la contribution des dispositifs d'accompagnement des PME algériennes dans la promotion des exportations hors hydrocarbure, notamment dans le cas de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) ?

A cette question centrale, viennent s'intercaler les sous-questions suivantes :

Les sous-questions sont formulées comme suit :

- Que-ce qu'une PME et quel est la place des PME exportatrices dans le commerce international ?
- Comment évoluent les exportations en Algérie et quels sont les différents dispositifs d'accompagnement des PME exportatrices algériennes ?
- Quel est le rôle d'ALGEX dans l'accompagnement des PME à l'exportation hors hydrocarbure ?
- Quelle est l'efficacité des dispositifs d'accompagnement proposés sur les performances exportatrices des PME ?

Hypothèses

H1 : les dispositifs d'accompagnement des PME exportatrices algériennes, notamment ALGEX, contribuent au développement des exportations et ont un impact sur leurs performances exportatrices.

H2 : d'autres facteurs et déterminants peuvent influencer la participation des PME à l'exportation hors hydrocarbures.

Méthodologie de recherche

Notre approche méthodologique est déployée en deux volets, visant à offrir une compréhension équilibrée du sujet. Ces deux axes, s'inscrivant dans une démarche séquentielle, structurent notre plan de travail.

Dans la première phase de notre recherche, nous nous appuyons sur une méthodologie de recherche bibliographique, à travers une revue de littérature. Cette approche nous permet d'explorer et de synthétiser les connaissances existantes sur le rôle des dispositifs d'accompagnement des PME algériennes dans la promotion des exportations hors hydrocarbure. Nous examinons les travaux académiques, les thèses de doctorat, ainsi que les articles scientifiques traitant de sujets similaires, afin de développer une compréhension suffisante du contexte théorique et conceptuel.

La seconde phase de notre méthodologie repose sur une approche descriptive qualitative, basée sur un guide d'entretien semi-directif destiné aux responsables de l'organisme d'accueil. Cette méthode nous permet d'obtenir les informations nécessaires sur les dispositifs d'aide et d'accompagnement proposés par ALGEX, les défis rencontrés par les PME, ainsi que les succès et les échecs observés.

En intégrant ces deux approches, notre méthodologie permet une analyse équilibrée entre la compréhension théorique et l'application pratique, offrant ainsi une perspective sur le rôle des dispositifs d'accompagnement des PME algériennes dans la promotion des exportations, avec une attention particulière portée aux actions concrètes mises en œuvre par ALGEX.

Introduction générale

Choix du thème

Le choix de ce sujet de recherche découle de notre volonté de comprendre comment les dispositifs d'accompagnement de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) contribuent à stimuler les exportations des PME algériennes hors hydrocarbure. Cette étude est motivée par l'importance cruciale de diversifier l'économie nationale et de soutenir le développement durable à long terme de l'Algérie. Nous sommes intéressés par l'évaluation objective des impacts de ces programmes afin d'identifier les meilleures pratiques visant à optimiser leur efficacité.

Structure du mémoire

Notre mémoire est divisé en trois chapitres, offrant une analyse du rôle des PME dans les exportations hors hydrocarbures en Algérie et de l'efficacité des dispositifs d'accompagnement des PME à l'exportation.

Le premier chapitre explore le cadre conceptuel en abordant les notions de PME, et d'exportation, tout en dressant un état des lieux des PME exportatrices en Algérie. Le deuxième chapitre examine l'évolution des exportations en Algérie ainsi que les dispositifs d'aide et d'accompagnement des exportations hors hydrocarbures. Enfin, le troisième chapitre analyse la contribution spécifique d'ALGEX dans l'accompagnement des PME exportatrices, à travers une étude empirique, tout en examinant sa structure et son impact sur les PME exportatrices.



Chapitre I : Généralités sur les PME

Introduction

Le Produit Intérieur Brut (PIB) en Algérie a enregistré une croissance moyenne annuelle de 3,8% entre 2000 et 2020, selon l'Office National des Statistiques algérien (ONS), ¹. Cette croissance, principalement tirée par les hydrocarbures représentant environ 95% des exportations, a été marquée par une volatilité due aux fluctuations des prix du pétrole sur le marché international, entraînant des baisses importantes en 2014 et 2015.

Pour réduire cette dépendance, les autorités algériennes ont lancé des réformes visant à diversifier l'économie vers des secteurs non pétroliers comme l'agriculture, l'industrie agroalimentaire, le tourisme et les services. Ainsi, pour encourager les entreprises à investir dans d'autres branches hors le secteur des hydrocarbures, l'Algérie a adopté plusieurs réformes et plusieurs projets d'aides et d'accompagnement à l'investissement, notamment à l'exportation de la production vers l'étranger.

Malgré des progrès, la diversification reste lente en raison de défis persistants tels que la bureaucratie, la corruption et le manque de diversification des sources de financement. Néanmoins, les perspectives de croissance demeurent prometteuses avec une population jeune et croissante, une position géographique stratégique et des ressources naturelles abondantes.

Les PME jouent un rôle important dans le développement économique en produisant des biens et services pour répondre aux besoins du marché. En Algérie, leur émergence depuis 1997, sous l'impulsion des politiques de libéralisation, témoigne de leur importance croissante.

Cependant, malgré leur contribution significative, les PME font face à des obstacles majeurs tels que l'accès au financement. Leur étude est désormais essentielle, étant considérée comme le moteur de l'économie, bien que sa complexité soit un défi à relever (BEITON A. et al., 2007)².

¹L'Office National des Statistiques algérien (ONS) : <https://www.ons.dz/>, consulté le 03/03/2024 à 10h00.

² BEITON A. Et al « Dictionnaire des sciences économiques » édition Armand colin 2007, p 181.

Section 1 : cadre conceptuel des PME

Dans cette première section, nous allons aborder les notions générales des PME, en abordant successivement leur définition, ainsi que leurs caractéristiques organisationnelles et managériales.

En analysant les atouts et les faiblesses inhérents aux PME, nous mettrons en évidence leur capacité à innover rapidement mais aussi les contraintes liées aux ressources limitées et à l'accès au financement. Enfin, nous explorerons les défis spécifiques auxquels les PME font face, notamment la concurrence avec les grandes entreprises, les exigences réglementaires et les difficultés à accéder aux marchés internationaux.

Cette section nous permettra donc de mieux comprendre leur rôle des PME dans l'économie et les enjeux auxquels elles doivent faire face.

1. Définition de la PME

La PME est une entité économique définie indépendamment de son statut juridique, caractérisée par son activité de production de biens et/ou de services. Sa particularité réside dans ses dimensions relativement modestes en termes d'effectifs et de performances financières. Plus précisément, une PME emploie généralement un nombre de travailleurs compris entre une (1) et deux cent cinquante (250) personnes. En outre, son chiffre d'affaires annuel est limité, ne dépassant pas quatre (4) milliards de dinars algériens, tandis que son total de bilan annuel ne dépasse pas un (1) milliard de dinars algériens (Conférence internationale du Travail, 2015)³.

Il est important de noter que lorsqu'une entreprise affiche une combinaison d'effectifs la classant dans la catégorie des PME et de performances financières la classant dans une autre catégorie, c'est la mesure de son chiffre d'affaires ou de son total de bilan qui prime dans sa classification. En conséquence, l'entreprise peut perdre son statut de PME si ses performances financières excèdent les seuils établis, même si son effectif demeure dans la plage caractéristique des PME (Journal officiel, 2017)⁴.

³ Conférence internationale du Travail, 104e session, 2015, Rapport IV : « Les petites et moyennes entreprises et la création d'emplois décents et productifs », Bureau international du Travail, Genève, P2.

⁴ Journal officiel de la république Algérienne N°2, du 11/01/2017, chapitre II ; Articles 5 et 11, P.5.

Tableau N°01 : classement des PME selon la taille

Taille	Nombre d'effectifs	Chiffre d'affaires	Total du bilan
Moyenne entreprise	50 à 250	400 millions DA à 4 milliards DA	200 millions DA à 1 milliards DA
Petite entreprise	10 à 49	Moins de 400 millions DA	moins de 200 millions DA
Très petite entreprise	1 à 9	Moins de 40 millions DA	Moins de 20 millions DA

Source : conception personnelle à partir des données du journal officiel : Loi N° 17/02 du 10/01/2017 portant loi d'orientation sur le développement des PME.

2. Enjeux de l'étude des PME

Selon le rapport de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat (2019), comprendre les caractéristiques et les dynamiques des PME revêt un intérêt capital pour plusieurs raisons. Les PME représentent une part importante du tissu entrepreneurial dans la plupart des pays. Étudier leurs comportements et leurs performances permet d'appréhender l'ensemble de l'économie. De plus, les PME sont souvent les principales cibles des politiques d'aide à l'entrepreneuriat et au développement économique. Analyser leur situation permet d'évaluer l'efficacité de ces politiques. Identifier les besoins spécifiques des PME est important pour orienter les actions de soutien et d'accompagnement les plus pertinentes (OCDE, 2019)⁵.

3. Les caractéristiques des PME

Malgré la diversité du monde des PME, il existe des caractéristiques organisationnelles et financières communes qui les distinguent des grandes entreprises. De plus, le profil des dirigeants-propriétaires de PME se différencie de celui des dirigeants de grandes entreprises.

3.1. Caractéristiques organisationnelles et de gestion des PME

Il existe plusieurs caractéristiques organisationnelles, de gestion et de direction, spécifiques aux PME.

3.1.1. Les caractéristiques organisationnelles des PME

Les PME se démarquent par une structure organisationnelle simplifiée, en opposition aux

⁵ Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat 2019, OCDE, 2019, P.37

grandes entreprises qui adoptent des structures complexes et hiérarchisées. Cette simplification se manifeste par un nombre réduit de niveaux hiérarchiques, avec une centralisation du pouvoir autour d'une personne clé. Différentes formes de structures sont envisageables, notamment la structure simple, mécaniste, d'expertise fonctionnelle, par chantier ou par projet (Spence et al., 2007)⁶.

3.1.2. Les caractéristiques de gestion des PME

La gestion des PME est généralement centralisée, avec le dirigeant-proprétaire jouant un rôle central. Celui-ci est responsable de la prise de décisions stratégiques, du contrôle des opérations quotidiennes, ainsi que de la gestion des ressources humaines et financières. De plus, l'absence de stratégie formalisée est courante, la prise de décision reposant souvent sur l'expérience, l'intuition et l'adaptation aux changements du marché et de l'environnement (Arabeche, 2016)⁷.

3.2. Les caractéristiques des dirigeants-proprétaires de PME

Les dirigeants-proprétaires de PME présentent un profil entrepreneurial distinctif. Ils sont souvent des individus passionnés par leur activité, motivés et impliqués dans tous les aspects de leur entreprise. Ils cumulent également plusieurs fonctions, telles que celle de dirigeant, commercial, technicien et gestionnaire financier.

De plus, ils investissent personnellement dans leur entreprise, démontrant ainsi une forte implication personnelle et un engagement financier et humain significatif. Enfin, les PME se caractérisent par leur structure organisationnelle simplifiée, leur système d'information informel, leur gestion centralisée et l'absence de stratégie formalisée. De plus, les dirigeants-proprétaires de PME se distinguent par leur profil entrepreneurial, leurs compétences multiples et leur implication personnelle forte (Arabeche, 2016)⁸.

4. Les atouts et les défis économiques des PME

Nous allons explorer les avantages économiques ainsi que les défis auxquels font face les

⁶ Spence, Martine, Jouhaina Ben Boubaker Gherib et Viviane Ondoua Biwolé. « Développement durable et PME : une étude exploratoire des déterminants de leur engagement. » Revue internationale P.M.E. 20, no 3-4 (2007)

⁷ Arabeche, Zina. « L'impact de l'orientation entrepreneuriale des dirigeants sur la réalisation de la responsabilité sociale : cas des PME algériennes. » Actes du Colloque International sur l'Entrepreneuriat et la Responsabilité Sociale des Entreprises, Université d'Alger 2, Algiers, Algeria, June 2016, pp. 104-115.

⁸ Arabeche, Zina. Op.cit., p. 104-115

PME, en mettant en lumière leur contribution à l'économie et les obstacles spécifiques rencontrés dans leur développement et leur croissance.

4.1. Les atouts économiques des PME

Les PME jouent un rôle important dans le tissu économique, apportant avec elles une série d'avantages qui les distinguent dans le paysage entrepreneurial. Ces avantages sont divers et contribuent à leur dynamisme et à leur capacité à répondre aux défis du marché. Leur flexibilité et leur réactivité les aident à s'adapter rapidement aux changements du marché, aux évolutions des besoins des clients et aux nouvelles tendances. Cette capacité d'adaptation est soutenue par une structure organisationnelle souple, facilitant des décisions rapides et des ajustements stratégiques en fonction des conditions du marché (Bureau international du Travail, 2015)⁹.

De plus, les PME maintiennent souvent des relations étroites et personnalisées avec leur clientèle, favorisant une meilleure compréhension des besoins spécifiques des clients. Cette proximité renforce la fidélisation et permet un service plus adapté, créant ainsi un avantage compétitif.

En outre, la structure moins hiérarchisée des PME favorise un environnement propice à l'innovation et à la créativité. La proximité entre les membres de l'équipe encourage les échanges d'idées fluides et une exploration libre de nouvelles approches, conduisant à des solutions uniques et novatrices (Lecerf, 2006)¹⁰.

Les PME se distinguent également par leur capacité à prendre des décisions rapidement. Grâce à des structures de gestion moins complexes, les processus de prise de décision sont accélérés, permettant à ces entreprises de saisir rapidement les opportunités et de relever les défis.

De plus, les PME tendent à cultiver une forte culture d'entreprise, où les employés se sentent plus impliqués et responsables. Cette cohésion d'équipe crée un climat de confiance et de collaboration, où chaque membre contribue activement à la réussite de l'entreprise.

⁹ Bureau international du Travail. Les petites et moyennes entreprises et la création d'emplois décents et productifs. Rapport IV. Quatrième question à l'ordre du jour. Genève. 2015.

¹⁰ Lecerf, Marjorie. "Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation." Thèse de doctorat, Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2006.

Ces avantages combinés confèrent aux PME une agilité et une capacité d'innovation qui les positionnent favorablement sur le marché, contribuant ainsi de manière significative à la vitalité économique globale (Frochot, 2014)¹¹.

4.2. Les défis économiques relatifs aux PME

Les PME, bien que présentant divers avantages, sont également confrontées à plusieurs inconvénients inhérents à leur structure et à leur fonctionnement. Les principaux désavantages associés aux petites et moyennes entreprises incluent des ressources limitées, tant sur le plan financier que sur le plan humain, ce qui peut restreindre leur capacité à rivaliser efficacement avec les grandes entreprises, bénéficiant généralement de moyens plus importants.

De plus, en raison de leur taille modeste et de leurs ressources limitées, les PME sont plus susceptibles d'être impactées par les cycles économiques et les changements rapides du marché, mettant ainsi à l'épreuve leur agilité lors de périodes de turbulence économique (Bureau international du Travail, 2015).

L'accès au financement constitue souvent un défi majeur pour les PME, qui peuvent rencontrer des obstacles lorsqu'elles tentent d'obtenir des prêts bancaires ou de sécuriser des investissements externes. Cette difficulté entrave leur capacité à étendre leurs activités ou à investir dans leur croissance.

De plus, les PME ont généralement une portée géographique et un pouvoir de marché plus restreints par rapport aux grandes entreprises, ce qui peut entraver leur capacité à accéder à de nouveaux marchés ou à attirer une clientèle plus vaste (Adair, 2009)¹².

En raison de leur capacité financière limitée, les PME peuvent souvent compter sur un nombre limité de clients pour la majorité de leurs revenus. Cette dépendance accrue à des clients clés expose ces entreprises au risque, car la perte d'un client important peut avoir des conséquences significatives sur leur viabilité financière (Beitone, 2013)¹³.

¹¹ Frochot, Isabelle et Patrick Legohère. *Marketing du tourisme*, 3e éd., Dunod, 2014

¹² Adair, Philippe, et Fredj Fhima. "Accès au crédit et promotion des PME en Tunisie." *ERUDITE*, Université Paris 12 - Université de Tlemcen, n° 9, octobre 2009.

Enfin, plus récemment d'autres défis majeurs apparaissent, l'économie mondiale a subi de profonds chocs qui ont eu un impact considérable sur les petites et moyennes entreprises (PME) et les entrepreneurs. Alors qu'un soutien gouvernemental rapide et massif a permis à ces entreprises de faire face aux conséquences économiques directes de la pandémie de COVID-19, de nouvelles menaces surgissent. La montée des tensions géopolitiques et des risques financiers mondiaux, une inflation élevée, le resserrement des politiques monétaires et fiscales, les pénuries de main-d'œuvre, les barrières commerciales et le ralentissement de l'intégration aux chaînes de valeur mondiales sont autant de facteurs qui contribuent à rendre l'environnement commercial des PME hostile. De plus, il est urgent d'accélérer leur contribution aux transitions verte et numérique, et de les aider à mieux s'orienter sur la scène internationale où les échanges et les investissements sont aujourd'hui en pleine mutation (OCDE,2023)¹⁴.

5. La contribution des PME au développement économique

Les PME constituent l'épine dorsale de la plupart des économies mondiales. Elles jouent un rôle important dans la création de richesses, la génération d'emplois et la diversification économique. Leur importance s'accroît à mesure que les pays se développent et que leurs économies se complexifient.

5.1. Prépondérance des PME dans le tissu entrepreneurial mondial

L'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) souligne la domination des PME dans le paysage entrepreneurial mondial. En effet, **95%** des entreprises dans le monde sont des PME, et **99%** d'entre elles relèvent de cette catégorie (Chanut-Guieu, 2012)¹⁵.

5.2. Répartition inégale des PME à travers le monde

La répartition des PME varie cependant d'une région à l'autre. En Europe, elles représentent **99,8%** du tissu entrepreneurial, tandis qu'aux États-Unis, leur part se limite à **80%**,

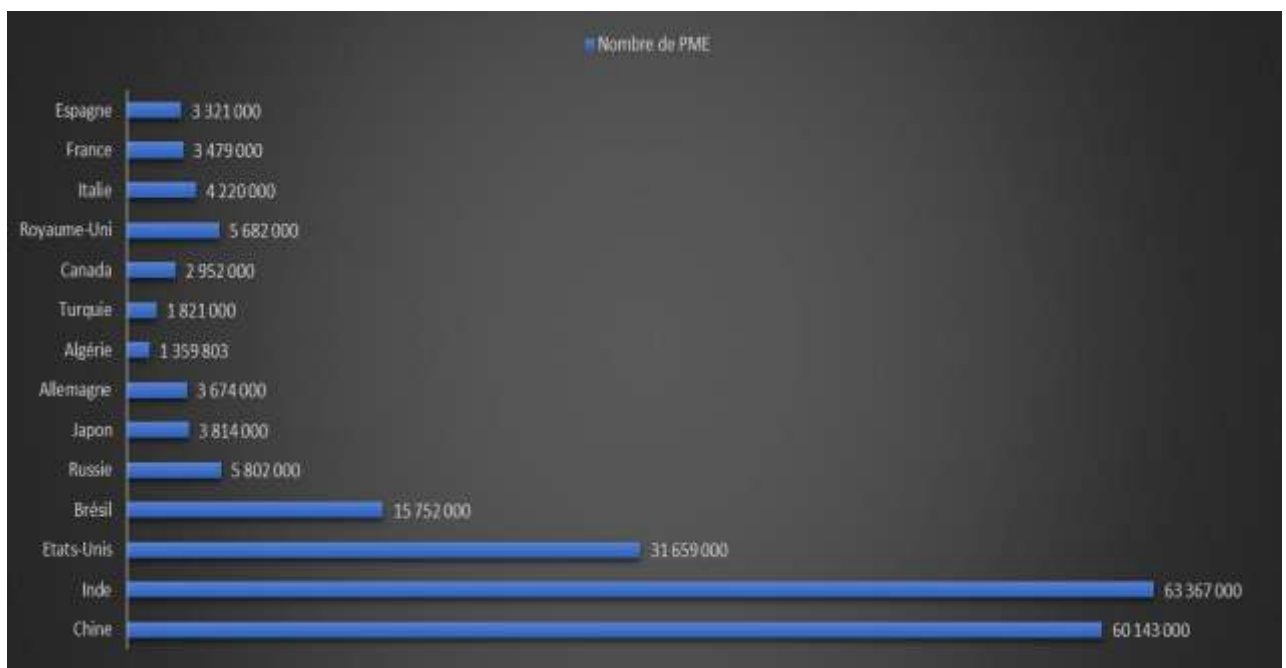
¹⁴ Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat 2023
<https://www.oecd.org/fr/cfe/perspectives-de-l-ocde-sur-les-pme-et-l-entrepreneuriat-9e993fd0-fr.htm> (consulté le 14/06/2024)

¹⁵ Chanut-Guieu, Cécile, and Gilles Guieu. "Les caractéristiques du dirigeant de PME en hypercroissance : une revue de la littérature." In *Le grand livre de l'économie PME*, Gualino, 2012, pp. 141-158.

principalement dans le secteur manufacturier¹⁶. En Asie, les PME dominent largement avec plus de **99%** des entreprises au Japon, en Corée du Sud et en Chine. En Amérique latine, la situation est similaire avec plus de **99%** des entreprises constituées par des PME dans des pays comme le Brésil, le Chili ou le Pérou.

Cependant, cette proportion descend à **92,1%** en Colombie et **93,2%** au Venezuela. En Afrique, les PME représentent environ **90%** des entreprises, dont la majorité sont des micro-entreprises à caractère artisanal (CNUCED., 2003)¹⁷.

Figure N°01 : comparatif du nombre de PME dans le monde (2023)



Source : conception personnelle sur la base des données de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE), Études sur les PME de l'OCDE 2023 (<https://www.oecd.org/>).

5.3. Impact économique des PME

L'impact économique des PME est crucial pour l'économie mondiale. En effet, ces entreprises jouent un rôle majeur à plusieurs niveaux. Tout d'abord, elles sont les principaux générateurs d'emplois, représentant jusqu'à 80% des emplois dans certains pays. Ensuite, leur

¹⁶ « Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat, Editions de l'OCDE, Paris 2005.

¹⁷ Rapport du secrétariat de la CNUCED « Amélioration de la compétitivité des PME par le renforcement des capacités productives », Genève ; 2003.

contribution à la croissance économique est significative, notamment dans les pays en développement. De plus, les PME sont souvent à l'origine d'innovations et de nouvelles technologies, ce qui stimule la compétitivité et la dynamique économique. Par ailleurs, elles favorisent la diversification des économies en investissant dans divers secteurs d'activité, ce qui renforce la résilience économique. Enfin, les PME participent à la cohésion sociale en offrant des opportunités d'emploi et en contribuant au développement local (Duhamel et al., 2021)¹⁸.

Ainsi, les PME jouent un rôle essentiel dans le développement économique mondial, étant prépondérantes dans le tissu entrepreneurial. Leur impact se fait sentir à travers leur contribution à la création d'emplois, à la croissance économique et à l'innovation, ce qui les rend indispensables à la prospérité des nations.

Tableau N°02 : les points forts et les points faibles des PME

Points forts	Points faibles
Flexibilité et adaptabilité	Financement limité
Rapidité de création et d'adaptation	Accès difficile aux financements
Proximité client	Dépendance des dirigeants-propriétaires
Innovation	Coût du capital élevé
Dynamisme et esprit d'entreprise	Manque de ressources et de compétences
Motivation et engagement	Limites en gestion et expertise
Culture entrepreneuriale	Difficultés de recrutement
Impact local	Vulnérabilité aux changements

Source : Conception personnelle sur la base des données précédentes.

¹⁸ Duhamel, M., Cadieux, L., & Brouard, F. (2021). Impacts économiques de l'entrepreneuriat : Estimation de la menace fantôme et du spectre de fermeture des intentions de transferts de PME au Québec et au Canada, 2007-2017. Université du Québec à Trois-Rivières.

Section 2 : évolution du tissu des PME en Algérie

Dans cette section, nous examinerons l'évolution historique des PME en Algérie, en fournissant un aperçu détaillé de leur développement au fil du temps. Nous aborderons également la taille et la répartition sectorielle des PME dans le pays, ainsi que leur importance dans l'économie algérienne, notamment leur contribution au PIB et à la création d'emplois. En outre, nous analyserons les défis et obstacles rencontrés par ces entreprises, tels que l'accès au financement, la bureaucratie et la complexité administrative, la compétitivité et l'innovation, ainsi que les infrastructures et services de soutien disponibles.

1. Aperçu sur les PME en Algérie

L'ouverture économique progressive de l'Algérie depuis 1989 s'est traduite par une croissance notable du tissu entrepreneurial privé. Cette évolution se manifeste par l'augmentation du nombre de nouvelles entreprises et de leur importance dans divers secteurs d'activité.

Un tournant majeur a été marqué par l'adoption d'un nouveau code des investissements en 1993. Ce texte a contribué à stimuler la création et le développement des PME en Algérie, en favorisant leur contribution à la dynamique économique du pays (Décret législatif, 1993)¹⁹.

Dans le contexte de l'orientation vers une économie plus ouverte et d'une politique nouvelle axée sur la promotion de l'investissement, le nombre de PME connaît une augmentation constante. Les données statistiques indiquent qu'environ 75% des PME répertoriées en 2005 ont vu le jour après l'adoption de ce nouveau cadre réglementaire, et qu'au cours des cinq dernières années (2000-2005), plus de 35% d'entre elles ont été créées. Les dispositions visant à encourager le développement des investissements ont été renforcées en 2001. Durant cette année, des mesures visant à promouvoir le développement des investissements ont été renforcées, accompagnées par l'adoption d'une nouvelle loi orientée vers le soutien de l'entrepreneuriat. Cette initiative a été suivie d'une tendance à la croissance du nombre

¹⁹ Décret législatif du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement.

d'entreprises, qui a été constatée à la fin de l'année 2005 avec une augmentation de 9%, selon les indications du ministère de la PME (Gribi, 2023)²⁰.

Jusqu'à une période récente, l'absence de définition claire des différentes catégories d'entreprises a rendu l'inventaire des PME/PMI algériennes peu fiable et peu représentatif de leur véritable nature. L'Office National des Statistiques algérien (ONS), qui utilise le critère du nombre d'emplois déclarés à la Caisse Nationale des Assurances Sociales (CNAS) pour établir cet inventaire, a recensé un nombre considérable d'entreprises de toutes tailles (plus de 300 000, avec plus de 25 000 créations en 2005), incluant indifféremment les micro-entreprises, les petites entreprises et les moyennes entreprises. Toutefois, la collecte et le traitement de ces données révèlent des lacunes en termes d'informations et de définitions (Gribi, 2023)²¹.

Les données utilisées par l'ONS ne suffisent pas à fournir une image précise du secteur des PME. Une approche multicritère de typologie est nécessaire pour mieux appréhender la diversité des PME, comme le suggère (Julien, 1997)²².

L'application de la définition de la PME retenue par l'Union Européenne et adoptée par l'Algérie²³, fondée sur 3 critères (les effectifs, le chiffre d'affaires et l'indépendance de l'entreprise) donne une structure du parc des entreprises où la Très Petite Entreprise (TPE) est largement prédominante. Elle représente en 2005 plus de 95% du total des entreprises.

En terme d'emploi par contre, la répartition est globalement équitable entre chacune des catégories qui emploient environ le tiers des salariés (Bouyacoub, 2003)²⁴. Le secteur privé est devenu aujourd'hui prédominant au sein de l'économie dans la plupart des secteurs²⁵, suite au désengagement de l'Etat et la fin de son monopole. Ainsi à la fin de l'année 2005, les PME

²⁰ Gribi, Djamila. "L'évolution du secteur des PME et son impact sur l'économie algérienne : étude analytique." *Revue EL - Études de développement économique*, vol. 6, no 2 (2023), p. 75-94.

²¹ Gribi, Djamila., op.cit., p75-94.

²² Smadi, Lakhdar. Compétitivité et mise à niveau des systèmes de production des PME : Etude de cas : SARL Transprofil Frère Benchadi. Mémoire de Magister, Université Hadj Lakhdar "Batna", 2010.

²³. Khalil ASSALA, PME en Algérie : de la création à la mondialisation, 2006, p.2-6.

²⁴ BOUYACOUB, A (2003) « Les PME en Algérie : quelles réalités ? » - Document de Travail-Griot-Cnam- 16- 2003. source : <http://www.lise.cnrs.fr/Docgriot16.pdf>

²⁵ Khalil ASSALA, PME en Algérie : de la création à la mondialisation, 2006, p.2-6.

privées et l'artisanat représentaient 99,75% du total des entreprises (Bulletin d'information économique, 2005)²⁶.

La privatisation d'une partie de l'économie algérienne s'est faite principalement par l'émergence du secteur privé, sans le concours des grandes entreprises publiques dissoutes et transformées en PME à la santé financière fragile et laissant planer sur elles un risque sérieux de faillite. Sur les cinq dernières années, le poids de la PME dans le tissu national a fortement augmenté; la densité des entreprises a presque quadruplé pendant que le nombre de créations à plus que doublé, mais il n'en demeure pas moins que les chiffres restent à un niveau faible.

La dynamique de création de nouvelles entreprises s'est faite à travers 3 processus principaux: les créations « classiques » qui concernent l'investissement privé constitué principalement de fonds propres (près de 70% des créations), les micro-entreprises des jeunes bénéficiaires du dispositif d'aide à la création de l'ANSEJ (29 % des créations), et les sociétés de salariés constituées des entreprises publiques dissoutes rachetées par les employés à l'aide de modalités de crédit avantageuses(1%).

S'il est possible d'apprécier quantitativement le développement la PME à partir des données générales (disponibles seulement depuis les dernières années), il n'est pas aisé d'approfondir l'analyse des nouvelles entreprises, notamment sur le plan qualitatif. Il n'existe pas encore en Algérie de système d'information consacré à la petite et moyenne entreprise, trop longtemps marginalisées au profit de la grande entreprise publique.

Le monde de PME étant extrêmement hétérogène, foisonnant de variétés d'un pays à l'autre, à l'image des districts industriels italiens, des entreprises françaises, des High-tech anglo-saxonnes ou des Mittelstands allemands (Torrès 2000), l'Algérie offre l'image d'une multitudes de microentreprises familiales semi-informelles, indépendantes et déconnectées les unes des autres, cohabitant avec de plus grandes entreprises, tout aussi familiales, mais à l'aspect beaucoup plus moderne, et fortement liées aux institutions locales et nationales. L'économie planifiée abandonnée dans des conditions politiques et sécuritaires particulières²⁷, les entreprises se sont développées en dehors du regard de l'Etat, investissant principalement les secteurs

²⁶ Bulletin d'information économique 2005 » Ministère de la PME et de l'artisanat. Disponible sur : <http://www.pmeart-dz.org/fr/bulletin2005.php>

²⁷ Khalil ASSALA, PME en Algérie : de la création à la mondialisation, 2006, p.2-6.

peu risqués à faible apport en capital (commerce, services, transport, BTP) donnant naissance à une majorité de TPE.

Les rares enquêtes et recherches concernant le secteur de la PME soulignent le caractère familial et traditionnel des micro-entreprises. Quelques travaux en sociologie (Gillet 2003, Madoui 2003, Kadri-Kadri-Messaid 2003) mettent en lumière l'influence des variables socioculturelles caractéristiques des entrepreneurs, héritées de l'organisation sociale et économique paysanne décrite par Bourdieu (1958, 1977) et qu'on peut résumer dans les points suivants :

La gestion de l'entreprise est souvent corrélée à l'objectif de créer une cohésion au sein de la famille et un lieu de reproduction des fonctionnements familiaux ce qui conduit souvent à des comportements économiquement irrationnels. Le recrutement par exemple se fait en général en fonction du lien de parenté ou de la proximité familiale ou ethnique, au détriment de la compétence et du savoir-faire.

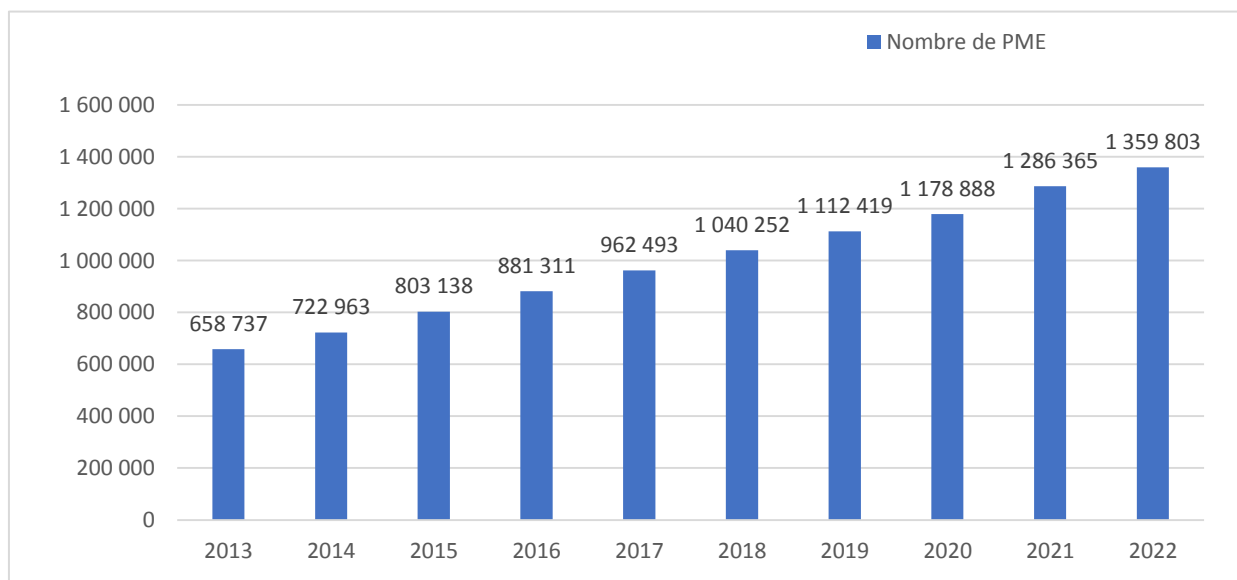
L'organisation hiérarchique est de type patriarcal : le management est caractérisé par des rapports hiérarchiques de soumission au père, et à l'aîné (masculin) de manière générale. Le principe étant que l'autorité du père est indiscutable. C'est l'aîné de la famille, le père (ou celui qui en a le statut) qui possède sans partage le pouvoir stratégique. La caractéristique (classique des PME) de concentration du pouvoir autour de la personne du propriétaire-dirigeant est renforcée et même légitimée dans le contexte socioculturel algérien.

Le capital de l'entreprise, souvent constitué de fonds propres et de prêts informels au sein de la famille est considéré comme incessible, et indivisible, même en cas de disparition du propriétaire. La gestion du patrimoine est marquée par la prudence et la sécurité. Le recours aux capitaux étrangers (au cercle familial), le partenariat ou la fusion sont des pratiques non encore utilisées. La conception des anciens entrepreneurs est que l'association (ou le partenariat) mènerait à une diminution de leur pouvoir stratégique (de père) et un éclatement de la famille.

Les facteurs socioculturels, extrêmement visibles dans les micros et petites entreprises, sont le produit de l'histoire et marquent particulièrement les entrepreneurs les plus âgés et au niveau de formation généralement peu élevé. Les jeunes entrepreneurs qui évoluent dans un marché de plus en plus concurrentiel montrent plus d'aptitude à l'innovation et à la modernité (Gillet

2003), particulièrement dans les moyennes entreprises qui se retrouvent en concurrence les unes avec les autres, mais également avec les entreprises franchisées et d'importation, ainsi que les filiales de multinationales de plus en présentes.

Figure N°02 : évolution du nombre des PME en Algérie (2013-2022)



Source : conception personnelle sur la base des données du Ministère de l'Economie et de la Promotion de l'Investissement : évolution du nombre des PME en Algérie. Alger, 2023.

Ce graphique présentant l'évolution du nombre de PME au fil des années illustre une tendance croissante significative. Entre 2013 et 2022, le nombre de PME enregistrées est passé de 658 737 à 1 359 803, marquant une augmentation constante et soutenue sur cette période de dix ans. Cette expansion témoigne d'un dynamisme certain dans le secteur des petites et moyennes entreprises, reflétant probablement un environnement économique propice à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprises.

Cette croissance pourrait être attribuée à plusieurs facteurs, tels que des politiques de soutien aux PME, des incitations fiscales, des progrès technologiques facilitant le démarrage d'entreprises, ou encore des changements socio-économiques encourageant l'entrepreneuriat.

2. Démographie des PME en Algérie

Durant l'Année 2020, le nombre des PME est composé de 97,08% de Très Petite Entreprise TPE (effectif de moins de 10 salariés), soit 36 632 TPE qui demeurent fortement dominante dans le

tissu économique, suivie par la Petite Entreprise PE avec 2,52% et la Moyenne Entreprise ME avec 0,40% (Bulletin d'information Statistique de la PME N°38 ,2021)²⁸.

Tableau N°03 : typologie et nombre de PME par secteurs d'activités (2019-2020)

Secteurs d'activités	A la fin 2019	Année 2020				A la fin 2020
		de 0 à 9 salariés	de 10 à 49 salariés	de 50 à 249 salariés	Total PME de 0 à 250 salariés	
Agriculture	7481	208	-5	6	209	7 690
Hydrocarbures, Energie, Mines et services liés	3066	39	10	0	49	3 115
BTPH	190 170	3362	384	48	3795	193 964
Industries manufacturières	103 693	2287	129	12	2428	106 121
Services y compris les professions libérales	614 375	16566	434	84	11624	631459
Artisanat	274 554	14170	0	0	14170	288 724
Total	1 193 339	36 632	952	150	37 734	1 231 073
%		97,08	2,52	0,40	100,00	

Source : Bulletin d'information Statistique de la PME N°38 ,2021

En fin juin 2022, la démographie des PME en Algérie témoigne d'une croissance soutenue, avec plus de 1,3 million d'entreprises recensées, soit une augmentation de 4,45% par rapport à l'année précédente, selon un bulletin statistique du ministère de l'Industrie. Ces PME représentent un pilier important de l'emploi dans le pays, fournissant du travail à plus de 3,22 millions de personnes. La dynamique du secteur se traduit par l'émergence de nouvelles entreprises, avec 34 057 créations, ainsi que des réactivations après des arrêts temporaires et des radiations²⁹.

Une analyse de la structure des PME révèle que 56,19% d'entre elles sont des entités constituées de personnes morales, tandis que le reste se compose de personnes physiques, comprenant 20,18% de professions libérales et 23,62% d'activités artisanales. Il est également

²⁸ Ministère de l'Industrie « Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes et des Systèmes d'Information » ; Bulletin d'information Statistique de la PME N°38, p7,2021 (consulté le 14/06/2024).

²⁹ Hausse du nombre des PME à plus de 1,3 million à l'échelle nationale, Algérie Presse Service, Article paru le 18 février 2023, <https://www.aps.dz/economie/151909-hausse-du-nombre-des-pme-a-plus-de-1-3-million-a-l-echelle-nationale>, consulté le 15/03/2024 à 19h00.

notable que près de 98% des PME en activité en Algérie sont des très petites entreprises (TPE), caractérisées par un effectif de moins de 10 salariés par entreprise (Bulletin d'information économique, 2005).

Cependant, la diminution du nombre de PME publiques, recensées à 224 entités à fin juin 2022, représente une tendance significative. Cette baisse est attribuée au processus de privatisation entrepris dans le cadre de la restructuration du secteur public. Bien que cette évolution reflète un changement notable dans le paysage des entreprises publiques, elle soulève des questions quant à la densité relative de ces PME, avec un taux de seulement 29 PME pour 1 000 habitants au premier semestre 2022. Cette observation invite à réfléchir à l'adéquation de cette densité aux normes internationales, généralement plus élevées³⁰.

3. Les défis rencontrés par la PME en Algérie

En 2017, le Ministère de l'Industrie, en charge des PME, a rapporté une faible performance en termes de créations d'entreprises au cours de la dernière décennie. Sur un objectif initial de plus d'un million de PME prévu pour 2015, seules 935 000 entreprises ont été recensées, en deçà des attentes. Par ailleurs, selon le président de la Fédération nationale des jeunes entrepreneurs, une proportion significative, soit 40 %, des micro-entreprises algériennes risquent une faillite imminente.

Cette observation ne doit pas être interprétée comme un échec, mais plutôt comme un signal pour une réorientation stratégique, mettant davantage l'accent sur l'internationalisation des PME. Compte tenu de la position géographique privilégiée de l'Algérie en tant que plus grand pays d'Afrique et son influence régionale, il est opportun de mettre en lumière le potentiel des PME algériennes pour leur expansion au-delà des frontières nationales. L'objectif est d'élaborer un cadre stratégique favorisant leur intégration sur les marchés africains, maghrébins, méditerranéens et arabes. Malgré les exportations sporadiques vers ces régions, les opportunités de croissance sont manifestes.

Il est manifeste que les PME algériennes n'exploitent pas pleinement les opportunités offertes par le marché. Outre les défis liés à l'accès au financement, ces entreprises sont confrontées à une crise de gouvernance, où les promoteurs, souvent les principaux dirigeants,

³⁰ <https://www.algerie-eco.com/author/redaction/>, consulté le 15/03/2024 à 18h30

exercent un contrôle excessif sur l'ensemble des opérations de l'entreprise (Samir SEKKAL, 2017)³¹.

Pour relever le défi de la compétitivité et contribuer à l'amélioration de la structure économique, les PME algériennes doivent prendre en considération plusieurs aspects. Tout d'abord, elles doivent investir dans les branches d'activité où elles disposent de moyens et de ressources susceptibles de les rendre compétitives à l'échelle internationale. En parallèle, il est crucial d'améliorer quantitativement et qualitativement les ressources humaines en mobilisant des actions de formation adaptées aux nouveaux métiers, en cohérence avec le potentiel de l'entreprise.

De plus, pour maximiser leur visibilité, les PME doivent marquer significativement leur présence sur les plates-formes, salons, foires et expositions nationales et internationales. Cela favorise également l'interaction, l'établissement de réseaux de contacts et le développement de partenariats avec des entreprises capables d'apporter une valeur ajoutée, tout en adaptant leur réseau en conséquence (Algérie press services, 2023)³².

Un autre aspect important est d'encourager la capacité entrepreneuriale à percevoir les opportunités et à faire face aux défis de la mondialisation et de l'innovation technologique rapide. Parallèlement, il est impératif d'assurer la compétitivité des PME en stimulant l'innovation des produits, des processus, des routines de gestion et des stratégies marketing.

Enfin, l'amélioration de l'accès au financement et à l'informatique, y compris le commerce électronique mondial, est essentielle pour renforcer la position des PME sur les marchés. Cette réflexion met en lumière que l'ouverture actuelle des marchés doit favoriser l'expansion des entreprises algériennes au-delà de la simple vision nationale (journal El Bilad, 2018)³³.

³¹ Samir SEKKAL, Le défi de l'internationalisation des PME en Algérie, Revue des Sciences Commerciales, Numéro Spécial 02, 2017, p.51-59.

³² PME/PMI: force motrice de l'économie nationale, Publié le : samedi, 04 mars 2023 18:30, <https://www.aps.dz/economie/152604-pme-pmi-force-motrice-de-l-economie-nationale>

³³ Conférence de presse en marge des assises régionales des micro-entreprises de l'est du pays selon, journal El Bilad, le 26 juin 2018.

4. Les PME et la croissance économique en Algérie

Au fil des réformes et des mesures d'assistance, une augmentation significative du nombre de PME/PMI privées a été observée, avec plus de 775 premiers projets concrétisés lors des deux derniers plans quinquennaux (1980-1984 et 1985-1989), notamment dans les secteurs des services et du commerce. Cette dynamique a également renforcé les entreprises publiques dans d'autres domaines.

La levée du plafond d'investissement et l'ouverture à de nouveaux secteurs d'investissement à partir de 1988, associées à la transition vers une économie de marché, ont été des facteurs déterminants.

De même, l'adoption du code de promotion de l'investissement en 1993, appuyée par la création d'un Fonds de garantie des prêts pour les PME en 2002, a entraîné un doublement du nombre de PME et une multiplication par quatre de leur densité, atteignant ainsi plus de 200 000 entreprises privées en 2003. À ce jour, en décembre 2022, on compte 1 287 600 PME, privées et publiques, représentant plus de 9 milliards de DA en valeur ajoutée et offrant 3 134 968 postes d'emploi (Magazine QuiFaitQuoi, 2023)³⁴.

La sous-traitance émerge comme une stratégie clé pour le renforcement et le développement des PME dans divers secteurs. Ce processus est considéré comme un indicateur de la vitalité économique et un moyen puissant d'industrialisation.

Les bourses régionales de sous-traitance jouent un rôle important dans la promotion de cette pratique, favorisant la création d'un réseau de PME qui stimule le développement des activités industrielles et contribue à l'intégration économique locale. L'instauration d'un système d'information sur les entreprises industrielles vise à fournir une vision d'ensemble du secteur et à faciliter la prise de décisions éclairées.

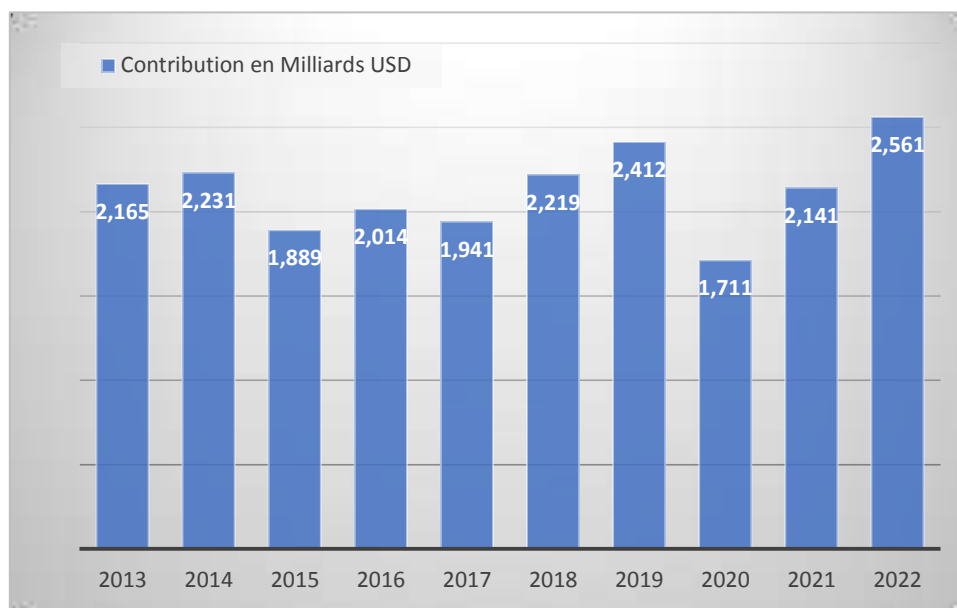
Parallèlement, la promotion de l'innovation et de l'entrepreneuriat constitue un autre volet majeur de la stratégie nationale de développement des PME. Un concours national de la

³⁴ PME/PMI: force motrice de l'économie nationale; Magazine QuiFaitQuoi; N° ISSN 5213 – 2392; p.6-11. En ligne : https://quifaitquoimagazine.com/wp-content/uploads/2023/06/FIA-2023-web_compressed.pdf, consulté le 16/03/2024 à 9h00.

PME innovante a été institué pour reconnaître les entreprises innovantes qui contribuent au développement économique durable, notamment dans le domaine de l'économie verte.

Des programmes de formation sur l'innovation, l'exportation et la gestion des PME ont été lancés, en partenariat avec des institutions internationales. En outre, un réseau de centres de soutien technologique et d'innovation ainsi que des incubateurs d'entreprises ont été mis en place pour accompagner les porteurs de projets innovants (Algérie presse service , 2023)³⁵.

Figure N°03 : contribution des PME aux exportations hors hydrocarbures en Algérie (2013-2022)



Source : conception personnelle sur la base de Nemiri-Yaci, F. (2023). Impact des PME sur le développement économique en Algérie: Analyse de leur contribution aux exportations hors hydrocarbures (2013-2022). Mémoire, Université de Bejaia.

Ce graphe illustre la contribution des PME aux exportations hors hydrocarbures en Algérie de 2013 à 2022. On observe des fluctuations dans ces chiffres au cours de la décennie, avec des valeurs allant de 1,711 milliard USD en 2020 à 2,561 milliards USD en 2022. Ces variations peuvent être influencées par divers facteurs économiques, commerciaux et politiques, reflétant des défis et des opportunités pour les PME dans le domaine des exportations.

³⁵ <https://www.aps.dz>, op.cit., consulté le 16/03/2024 à 09h30.

Les PME, en tant que maillons essentiels du tissu économique, jouent un rôle crucial dans la croissance et le développement durable à la fois à l'échelle mondiale et nationale. Leur contribution se manifeste à travers plusieurs dimensions clés :

4.1. Contribution à la création d'emplois : considérées comme les principaux pourvoyeurs d'emplois dans le monde, les PME génèrent plus de 50% des emplois formels à l'échelle mondiale et 60% dans les pays en développement (journal El Bilad, 2018)³⁶. En Algérie, les PME emploient près de 3,1 millions de personnes, soit environ 45% de la main-d'œuvre active (Organisation Internationale du Travail, 2020)³⁷. Cette contribution majeure à l'emploi s'illustre par le programme "Renforcement des capacités des micro-entreprises rurales" qui a permis la création de plus de 10 000 micro-entreprises dans les zones rurales algériennes, générant plus de 20 000 emplois (ONS, 2022)³⁸.

4.2. Contribution à la valeur ajoutée : les PME représentent une part importante de la production économique mondiale, contribuant à 50% du PIB mondial et 40% dans les pays en développement. En Algérie, les PME participent à hauteur de plus de 9 milliards de DA à la valeur ajoutée nationale, soit environ 8% du PIB. Un exemple concret de cette contribution est le secteur de l'artisanat, composé majoritairement de PME, qui représente plus de 2% du PIB algérien et emploie plus de 700 000 personnes (MEIP, 2023)³⁹.

4.3. Contribution à l'innovation et à l'entrepreneuriat : véritables moteurs de l'innovation et de la créativité, les PME sont à l'origine d'environ 80% des nouvelles entreprises créées dans le monde (MTA, 2022)⁴⁰. En Algérie, les PME représentent plus de 90% des entreprises nouvellement créées chaque année. Le concours national "Innov PME" illustre cette dynamique en récompensant et en soutenant plus de 100 PME innovantes en Algérie au cours des cinq dernières années (CNRC, 2023)⁴¹.

³⁶ Conférence de presse en marge des assises régionales des micro-entreprises de l'est du pays selon, journal El Bilad, le 26 juin 2018.

³⁷ Organisation Internationale du Travail (OIT). (2020). Rapport sur les PME et l'emploi dans le monde 2020: Vers une reprise inclusive et durable. <https://www.ilo.org/>

³⁸ Office National de la Statistique (ONS). (2022). Données sur les PME en Algérie. <https://www.ons.dz/>

³⁹ Ministère de l'Economie et de la Promotion de l'Investissement. (2023). Programme "Renforcement des capacités des micro-entreprises rurales".

⁴⁰ Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. (2022). Données sur le secteur de l'artisanat en Algérie.

⁴¹ Centre National du Registre du Commerce (CNRC). (2023). Données sur la création d'entreprises en Algérie.

4.4. Contribution à l'exportation et à l'internationalisation : les PME jouent un rôle croissant dans le commerce international, contribuant à environ 25% des exportations mondiales (ANADE, 2023)⁴². En Algérie, les PME exportatrices représentent environ 10% des exportations totales du pays. Le programme "PME Export" a permis à plus de 200 PME algériennes d'accéder à de nouveaux marchés internationaux au cours des trois dernières années (MCPE, 2022)⁴³.

Au terme de cette section, nous pouvons dire que l'Algérie a enregistré une croissance quantitative des entreprises et des emplois, malgré des défis persistants tels que la concentration des micro-entreprises et la faible densité des PME publiques. Ces défis sont exacerbés par les contraintes économiques, mais les PME demeurent des moteurs potentiels de la croissance économique, comme en témoigne leur contribution à l'emploi et à la valeur ajoutée. Toutefois, pour exploiter pleinement ce potentiel, des mesures stratégiques doivent être prises pour relever les défis structurels et favoriser un environnement propice à l'entrepreneuriat et à l'innovation.


⁴² Agence Nationale de Promotion et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE). (2023). Concours national "Innov PME".

⁴³ Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations. (2022). Données sur les PME exportatrices.

Conclusion

Ce premier chapitre de notre étude a apporté une contribution substantielle à notre compréhension des PME en tant qu'acteurs cruciaux du paysage économique mondial. À travers l'exploration des définitions, des forces et des faiblesses, ainsi que de l'évolution spécifique des PME dans le contexte de l'Algérie, nous avons mis en lumière leur importance et les défis auxquels elles sont confrontées.

Nous avons constaté que les PME jouent un rôle vital dans de nombreuses économies, grâce à leur capacité d'innovation et leur contribution à la création d'emplois. Cependant, elles sont également confrontées à des obstacles significatifs, tels que l'accès limité au financement, le manque de ressources et de compétences, ainsi que leur vulnérabilité aux changements économiques et technologiques. L'analyse spécifique du contexte algérien a mis en évidence la croissance du nombre des PME dans le pays, tout en soulignant les défis persistants liés à leur fonctionnement et à leur financement. Malgré ces défis, les PME algériennes restent des moteurs potentiels de croissance économique, nécessitant toutefois des mesures stratégiques pour surmonter les obstacles structurels et favoriser un environnement propice à leur développement.



**Chapitre II : le
rôle de l'Etat
dans la promotion
des exportations
hors
hydrocarbures en
Algérie**

Introduction

La diversification des exportations figure parmi les principales préoccupations de l'État algérien qui aspire à se défaire ou du moins réduire sa dépendance de la rente pétrolière. Ce chapitre s'attarde sur le rôle que joue ce dernier dans la promotion de ces exportations hors hydrocarbures. En premier lieu, nous analysons l'évolution des exportations du pays, en mettant en lumière la part croissante des exportations hors hydrocarbures. Ensuite, nous examinons les dispositifs d'aide et d'accompagnement mis en place par les autorités pour soutenir les entreprises exportatrices notamment les PME. Enfin, nous soulignons l'importance de ces dispositifs dans la diversification de l'économie algérienne et son intégration dans la mondialisation.

Section 1 : évolution du commerce extérieur de l'Algérie

L'économie algérienne, fortement dépendante des hydrocarbures, s'engage résolument dans la diversification de ses exportations. Cette section s'intéresse au commerce extérieur du pays en examinant son évolution en termes de volume et de structure. Elle examine également la contribution des entreprises exportatrices privées (en particulier les PME) dans la promotion des exportations hors hydrocarbures.

L'objectif de cette section est de dresser une image la plus exhaustive possible du commerce extérieur de l'Algérie notamment celle des exportations assurées par les PME tout en décrivant l'évolution de la balance commerciale du pays

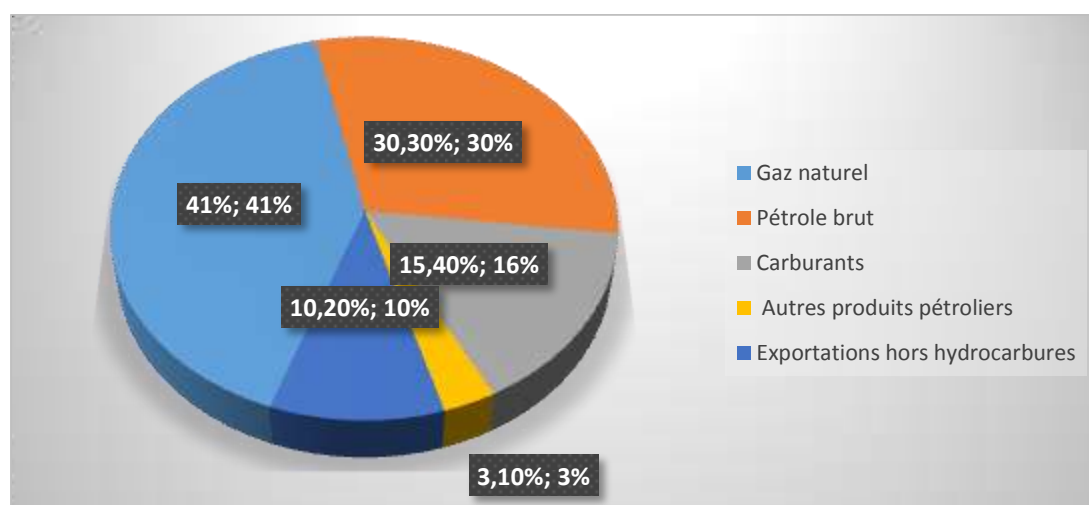
1. La structure du commerce extérieur de l'Algérie

1.1. Les exportations :

Volume : 68,4 milliards USD en 2022

Structure : les exportations algériennes sont largement dominées par les hydrocarbures, qui représentent 89,8 % du total. Cela se décompose en 41 % de gaz naturel, 30,3 % de pétrole brut et 15,4 % de carburants. Le reste (10,2 %) comprend des dérivés des industries pétrolières et gazières ainsi que des produits agroalimentaires comme les dattes et le sucre.

Figure N°04 : structure des exportations de l'Algérie en pourcentage (2022)



Source : conception personnelle sur la base des données précédentes

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

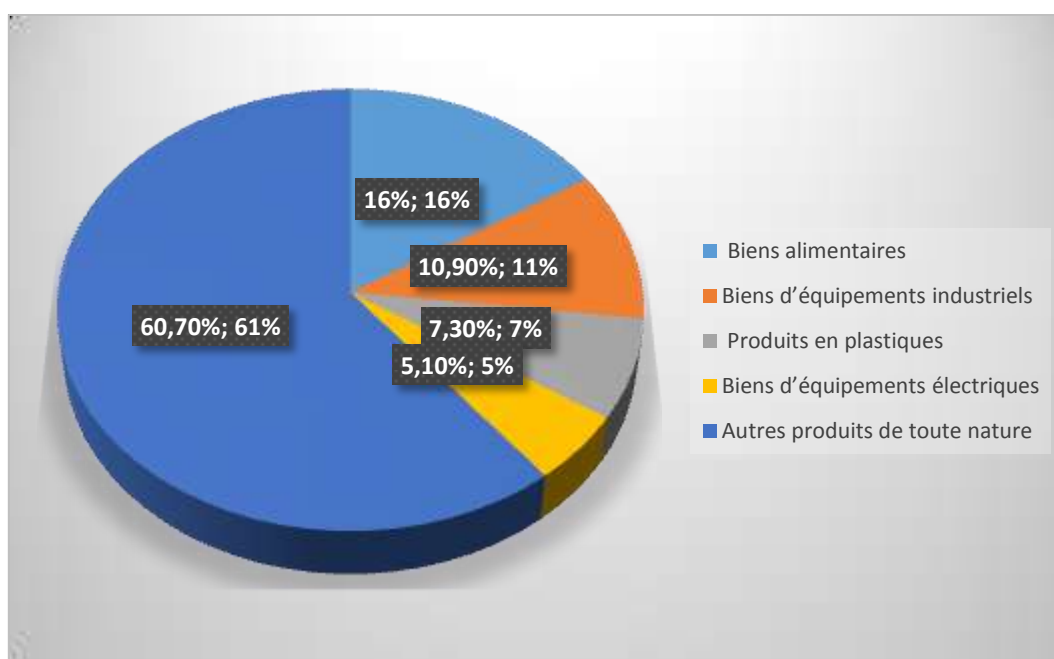
1.2. Les Importations :

Volume : 35,9 milliards USD en 2022

Structure : Les importations algériennes sont diversifiées, avec quatre principaux groupes de produits contribuant à plus d'un tiers de l'ensemble : les biens alimentaires (16 %), les biens d'équipements industriels (10,9 %), les produits en plastiques (7,3 %) et les biens d'équipements électriques (5,1 %). En 2022, les importations de biens d'équipement industriels et électriques ont diminué, tandis que celles de biens alimentaires et de produits en plastique ont augmenté

44

Figure N°05 : structure des importations de l'Algérie en pourcentage (2022)



Source : conception personnelle sur la base des données précédentes

1.3. La balance commerciale :

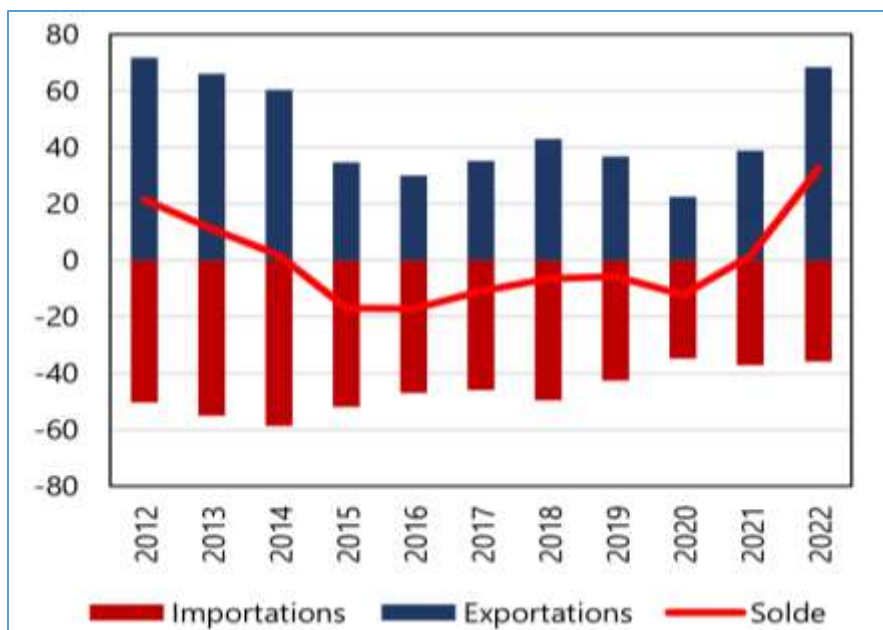
La balance commerciale des biens et services chiffre la différence entre les exportations des biens et services et les importations des biens et services, exprimée en

⁴⁴ Commerce extérieur de l'Algérie - Direction générale du Trésor
<https://www.tresor.economie.gouv.fr/Pays/DZ/commerce-exterieur-de-l-algerie#:~:text=En%202022%2C%20les%20C3%A9changes%20commerciaux,%2C4%20%25%20sur%20douze%20mois>. Consulté le 16/06/2024

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

pourcentage du PIB. Une balance positive indique que les exportations dépassent en valeur les importations (excédent commercial). Une balance négative indique au contraire que les importations dépassent en valeur les exportations (déficit commercial). La statistique met en relation ce solde avec la taille de l'activité économique (PIB)⁴⁵.

Figure N°06 : évolution des échanges commerciaux de l'Algérie (2012-2022) en Mds USD



Source : Direction Générale du Trésor, disponible sur <https://www.tresor.economie.gouv.fr/Pays/DZ/commerce-exterieur-de-l-algerie>, consulté le 15/04/2024 à 10h00.

La figure ci-dessus permet de constater qu'à partir de 2014, la balance commerciale du pays a enregistré un solde négatif en raison de la chute du prix du pétrole.

Selon Heyer & Hubert (2020) : « le prix du baril de Brent se situait au-dessus des 100 dollars entre 2011 et 2013, il avait déjà connu une forte baisse fin 2014 pour s'établir autour des 35 dollars début 2016 »⁴⁶. La crise sanitaire COVID-19 a également affecté négativement le commerce extérieur de l'Algérie au même titre que le commerce international qui a connu

⁴⁵ Perspective Monde Algérie - Balance commerciale (\$ US courant) | Statistiques <https://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?codeTheme=7&codeStat=NE.RSB.GNF.S.ZS&codePays=DZA&codeTheme2=1&codeStat2=x&langue=fr> consulté le 16/06/2024.

⁴⁶ Heyer, É. & Hubert, P. (2020). L'impact de la baisse du prix du pétrole liée à la crise de la Covid-19 sur les entreprises et ménages français. *Revue de l'OFCE*, 168, 137-162, à partir de <https://doi.org/10.3917/reof.168.0137>

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

un ralentissement suite à la fermeture des frontières et à la baisse de la production mondiale (Heyer& Hubert, 2020)⁴⁸.

En 2023, la balance commerciale du pays s'est soldée par un **excédent de 10,4 milliards USD**, si ce chiffre est positif, il représente une baisse comparée à l'excédent de 18,1 milliards USD enregistré à la même période en 2022. Cette diminution s'explique par une baisse des prix des hydrocarbures, bien que les volumes exportés aient connu une légère hausse (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, mars 2024)⁴⁷.

Cette structure du commerce extérieur met en évidence la forte dépendance de l'Algérie vis-à-vis des hydrocarbures et sa vulnérabilité aux fluctuations des prix du pétrole et du gaz sur les marchés internationaux.

Cependant, il est important de noter que les exportations hors hydrocarbures ont connu une croissance notable ces dernières années. En effet, entre 2020 et 2022, les exportations hors hydrocarbures ont augmenté de 32,9%, passant de 3,8 milliards USD à 5 milliards USD (Direction Générale des Douanes, 2023).

Cette croissance est due à plusieurs facteurs, notamment la mise en place de politiques gouvernementales de soutien aux exportations hors hydrocarbures, l'amélioration de l'infrastructure logistique et la diversification des produits exportés.

Parmi les produits d'exportation hors hydrocarbures les plus importants figurent les produits agroalimentaires, les produits manufacturés tels que les textiles et les produits chimiques, et les services.

Les principaux partenaires commerciaux de l'Algérie pour les exportations hors hydrocarbures sont l'Union européenne, les pays arabes et l'Asie.

⁴⁷ (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, mars 2024)⁴⁷ <https://www.commerce.gov.dz/fr>.consulté le 12 /06/2024.

2. Typologie des entreprises exportatrices en Algérie

2.1. Les entreprises privées

De taille variable, ces entreprises évoluent dans des secteurs variés, allant de l'agroalimentaire au textile en passant par la mécanique et la pharmacie. Leur dynamisme et leur capacité d'innovation leur permettent de conquérir de nouvelles parts de marché à l'international. Un exemple de ces entreprises privées est celui de CEVITAL ou encore NOREX (Meghine&Merad, 2018)⁴⁸.

2.2. Les grandes entreprises publiques :

Plus de la moitié de l'économie formelle algérienne est composée d'entreprises d'État, dirigées par la compagnie pétrolière et gazière nationale Sonatrach, bien que les entreprises publiques soient présentes dans tous les secteurs de l'économie», commente le Département Américain dans son rapport, en précisant que «les entreprises publiques sont si répandues qu'il n'existe pas de liste publique complète; toutes les entreprises d'État sont plutôt fusionnées en une seule ligne du budget de l'État. Les entreprises publiques sont répertoriées dans le registre officiel des entreprises. Pour être définie comme une entreprise publique, une entreprise doit être détenue à 51% au moins par l'État (Arezki BENALI, 2018)⁴⁹.

2.3. Les micros, petites et moyennes entreprises (M/PME)

Ces entités, souvent spécialisées dans des niches, représentent un vivier important de potentialités exportatrices. Leur agilité et leur connaissance fine des marchés locaux leur confèrent un atout certain pour s'insérer dans les chaînes de valeur mondiales. On peut citer la

⁴⁸Meghine, B., &Merad, Y. (2018). Les contraintes institutionnelles à l'exportation des entreprises privées algériennes. *Revue algérienne des sciences juridiques, économiques et politiques*, (8), 211-234.

⁴⁹ Arezki BENALI (2018), Algérie Eco ; Les entreprises publiques en Algérie vues par le Département d'Etat Américain, <https://www.algerie-eco.com/2018/07/21/les-entreprises-publiques-en-algerie-vues-par-le-departement-detat-americain/> (consulté le 17/06/2024).

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

petite entreprise de tapis berbères « Kabyles » ou la PME qui fabrique des produits en papier décoratifs « Art Papier » (Belkhouatir & Babouri, 2019)⁵⁰.

3. Contribution des entreprises privées aux exportations hors hydrocarbures

La contribution des entreprises privées aux exportations hors hydrocarbures de l'Algérie est croissante. En 2021, elles représentaient près de 40% des exportations totales hors hydrocarbures, contre 25% en 2010. Cette progression s'explique par plusieurs facteurs.

D'abord, l'amélioration du climat des affaires a joué un rôle crucial. Les réformes entreprises par les autorités algériennes ont permis d'assainir l'environnement des affaires, favorisant ainsi l'investissement et l'exportation (Kaci & Laouar, 2022). Ensuite, le développement des dispositifs d'accompagnement à l'export a été déterminant. L'État algérien a mis en place plusieurs dispositifs, tels que l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX), qui offrent aux entreprises privées l'appui nécessaire pour s'internationaliser (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2023).

Par ailleurs, la diversification de la production des entreprises privées algériennes a également été un facteur clé. Ces entreprises ont orienté leur production vers des secteurs à forte valeur ajoutée, tels que l'agroalimentaire, le textile et la pharmacie, ce qui leur a permis de conquérir de nouveaux marchés à l'international (Berkane & Hafsi, 2021). Grâce à ces efforts conjugués, les entreprises privées ont pu augmenter significativement leur part dans les exportations hors hydrocarbures, démontrant ainsi leur capacité à s'adapter et à innover dans un contexte économique en évolution.

⁵⁰Belkhouatir, M., & Babouri, A. (2019). L'exportation des produits agroalimentaires par le micro, petites et moyennes entreprises algériennes : Déterminants et contraintes. *Revue algérienne de l'exportation et du commerce international*, (1), 112-128.

4. Contraintes et défis à l'exportation pour les entreprises privées algériennes

Malgré leur contribution croissante, les entreprises privées algériennes font face à un certain nombre de contraintes à l'exportation. L'accès au financement reste un obstacle majeur pour ces entreprises, car le financement des opérations d'exportation demeure difficile à obtenir (Guettala& Kaci, 2020).

En outre, la complexité des procédures administratives constitue une autre barrière significative. Les entreprises privées algériennes doivent souvent naviguer à travers des procédures administratives complexes et parfois longues, ce qui peut freiner leur volonté et leur capacité à exporter (Meghine&Merad, 2018).

Par ailleurs, la faible maîtrise des techniques de marketing international est une contrainte importante. Les entreprises privées algériennes manquent souvent de compétences en matière de marketing international, ce qui peut limiter leur capacité à se positionner efficacement sur les marchés étrangers (Belkhouatir & Babouri, 2019).

Ces défis combinés montrent que, bien que les entreprises privées algériennes aient fait des progrès notables, elles doivent encore surmonter plusieurs obstacles pour maximiser leur potentiel à l'exportation.

5. Perspectives de développement des exportations hors hydrocarbures par les entreprises privées

Le potentiel de développement des exportations hors hydrocarbures par les entreprises privées algériennes est immense. Pour concrétiser ce potentiel, il est nécessaire de lever les contraintes et de renforcer les atouts de ces entreprises.

Parmi les mesures préconisées, le renforcement des dispositifs de financement à l'export est crucial. L'État algérien peut jouer un rôle important en facilitant l'accès des entreprises privées aux crédits bancaires et en mettant en place des instruments de garantie adaptés aux opérations d'exportation (Guettala& Kaci, 2020).

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

De plus, la simplification des procédures administratives est indispensable. La simplification et la digitalisation des procédures administratives liées à l'exportation permettraient aux entreprises privées de gagner du temps et de se consacrer davantage à la prospection et au développement de leurs activités à l'international (Meghnine&Merad, 2018).

En outre, le développement des programmes de formation en marketing international est essentiel. La mise en place de programmes de formation spécialisés en marketing international permettrait aux entreprises privées d'acquérir les compétences nécessaires pour se positionner efficacement sur les marchés étrangers (Belkhouatir&Babouri, 2019).

Enfin, l'encouragement de la coopération et de la mise en réseau des entreprises est une autre mesure importante. Le développement d'une culture de coopération et de mise en réseau entre les entreprises privées algériennes permettrait de mutualiser les expertises et de conquérir plus facilement les marchés extérieurs (Berkane & Hafsi, 2021).

Ces initiatives, si elles sont mises en œuvre de manière efficace, pourraient considérablement augmenter les exportations hors hydrocarbures des entreprises privées algériennes, contribuant ainsi à la diversification et à la résilience de l'économie nationale.

En conclusion, les entreprises privées algériennes constituent un moteur essentiel de la diversification des exportations hors hydrocarbures du pays. En levant les obstacles auxquels elles font face et en renforçant leurs atouts, l'Algérie pourra accélérer son développement économique et réduire sa dépendance vis-à-vis des hydrocarbures.

À l'issue de cette section, nous avons cerné les contours du commerce extérieur de l'Algérie, en mettant en lumière leur importance pour l'économie du pays. L'économie algérienne est caractérisée par une forte prépondérance des hydrocarbures, mais les efforts croissants déployés pour diversifier les exportations hors hydrocarbures sont notables. En examinant les mécanismes d'aide et d'accompagnement, les accords internationaux, les organismes de soutien, et les défis rencontrés, il devient clair que des initiatives importantes sont en place pour stimuler les exportations non pétrolières.

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Section 2 : Les mécanismes d'aide et d'accompagnement des exportations hors hydrocarbures

Dans cette section, il est question d'analyser les mécanismes régis par l'état Algérien afin de promouvoir les exportations hors hydrocarbures, en décryptant les accords internationaux signés par le pays, en présentant les principaux organismes d'accompagnement à l'export, en détaillant les programmes d'aide et de soutien mis en place, et en soulignant les avantages et facilitations accordés aux entreprises exportatrices hors hydrocarbures. L'objectif est de cerner l'efficacité et la pertinence de ces dispositifs dans la concrétisation des ambitions algériennes en matière d'exportation non pétrolière.

1. Les accords de l'Algérie dans le cadre des exportations

Ces accords s'inscrivent dans une stratégie globale de développement du commerce extérieur et d'insertion de l'Algérie dans la mondialisation économique.

1.1. L'Accord d'association avec l'Union européenne

L'Accord d'association entre l'Algérie et l'Union européenne, entré en vigueur en 2005, constitue un cadre juridique et institutionnel majeur pour la promotion des exportations algériennes vers l'UE. Cet accord vise à établir une zone de libre échange (ZLE) progressive entre les deux parties, en éliminant progressivement les droits de douane et les autres restrictions commerciales sur la quasi-totalité des produits.

L'accord d'association a eu un impact positif sur les exportations algériennes vers l'UE, qui ont connu une croissance significative depuis son entrée en vigueur. En 2020, l'UE représentait le principal débouché des exportations algériennes hors hydrocarbures, avec une part de marché de près de 50%. L'accord a également contribué à la diversification des exportations algériennes, avec une augmentation des exportations de produits manufacturés et agroalimentaires.

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

1.2. La Grande Zone Arabe de Libre Echange (ZALE)

L'Algérie est également membre de la Grande Zone Arabe de Libre Echange (ZALE), qui regroupe 22 pays arabes. La ZALE vise à établir une zone de libre-échange entre les pays membres, en éliminant les droits de douane et les autres restrictions commerciales sur les produits originaires des pays membres⁵¹.

La ZALE représente un marché potentiel important pour les exportations algériennes, avec une population de plus de 400 millions d'habitants. Cependant, les échanges commerciaux entre les pays membres de la ZALE restent encore en deçà de leur potentiel, en raison de plusieurs obstacles, tels que les barrières non tarifaires et les difficultés logistiques.

1.3. Les accords bilatéraux de libre échange

L'Algérie a également conclu des accords bilatéraux de libre-échange avec plusieurs pays, tels que la Turquie, l'Egypte et la Tunisie. Ces accords visent à renforcer les relations commerciales entre l'Algérie et ces pays, en éliminant les droits de douane et les autres restrictions commerciales sur les produits originaires des deux parties.

Les accords bilatéraux de libre-échange ont contribué à l'augmentation des exportations algériennes vers les pays signataires. Ils ont également permis de diversifier les partenaires commerciaux de l'Algérie et de réduire sa dépendance vis-à-vis des marchés traditionnels.

1.4. Les accords de partenariat

L'Algérie a également conclu des accords de partenariat avec plusieurs pays, tels que la Chine et la Russie. Ces accords visent à renforcer la coopération économique entre l'Algérie et ces pays, dans divers domaines, tels que le commerce, l'investissement et les transferts de technologie. Les accords de partenariat ont permis à l'Algérie d'accéder à de nouveaux marchés et de bénéficier de l'expertise et des technologies des pays partenaires. Ils ont également contribué à l'augmentation des investissements étrangers en Algérie.

⁵¹ Ligue des Etats Arabes. (2022). La Grande Zone Arabe de Libre Echange (ZALE).

1.5. Les accords de facilitation des échanges

L'Algérie a également conclu des accords de facilitation des échanges avec plusieurs pays, tels que le Maroc et la Mauritanie. Ces accords visent à simplifier et à fluidifier les procédures commerciales entre les pays signataires, en réduisant les délais et les coûts administratifs.

Les accords de facilitation des échanges ont contribué à l'amélioration du climat des affaires en Algérie et à la promotion des exportations algériennes. Ils ont également permis de renforcer l'intégration régionale de l'Algérie.

2. Les principaux organismes d'accompagnement à l'export

En Algérie, plusieurs organismes publics et privés interviennent dans l'accompagnement des entreprises à l'export. Ces organismes offrent une panoplie de services et d'appuis pour aider les entreprises à s'implanter sur les marchés étrangers. On peut les regrouper en deux grandes catégories :

2.1. Les organismes publics

Les organismes publics impliqués dans l'accompagnement des PME à l'exportations sont les suivants :

2.1.1. Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)

Créée en 1999, l'ALGEX est l'organisme public chargé de la promotion des exportations hors hydrocarbures. Elle offre aux entreprises une large gamme de services, tels que l'information sur les marchés étrangers, l'assistance à la recherche de partenaires, l'appui à la participation aux foires et expositions internationales, et le financement des études de marché (ALGEX, 2020)⁵².

⁵² Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) (2020). *Plan stratégique d'action 2020-2024*. Alger : ALGEX.

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

2.1.2. Centre National de Promotion de l'Artisanat et des Activités de Production de l'Artisanat (CNPA)

Le CNPA a pour mission de promouvoir l'artisanat algérien sur les marchés nationaux et internationaux. Il offre aux artisans divers services d'accompagnement, tels que la formation, l'assistance à la création d'entreprises, et l'appui à la participation aux manifestations internationales (CNPA, 2023)⁵³.

2.1.3. Agence Nationale de Développement et de Promotion de l'Investissement (ANDI)

L'ANDI accompagne les investisseurs étrangers et nationaux dans leurs projets d'exportation. Elle offre des services d'information, de conseil, et d'accompagnement dans les démarches administratives (ANDI, 2021)⁵⁴.

2.2. Les organismes privés

Concernant les organismes privés impliqués dans la promotion des exportations, on peut citer :

2.2.1. Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI)

La CACI est la principale organisation faîtière des entreprises algériennes. Elle offre à ses membres divers services d'appui à l'export, tels que l'information sur les marchés étrangers, la mise en relation avec des partenaires potentiels, et l'organisation de formations et de séminaires (CACI, 2022)⁵⁵.

2.2.2. Confédération des Entreprises Citoyennes d'Algérie (CECA)

La CECA est une organisation qui regroupe les petites et moyennes entreprises algériennes. Elle offre à ses membres des services d'accompagnement à l'export adaptés à

⁵³ Centre National de Promotion de l'Artisanat et des Activités de Production de l'Artisanat (CNPA) (2023). *Plan d'action 2023*. Alger : CNPA.

⁵⁴ Agence Nationale de Développement et de Promotion de l'Investissement (ANDI) (2021). *Guide de l'investisseur en Algérie*. Alger : ANDI.

⁵⁵ Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI) (2022). *Rapport d'activité 2022*. Alger : CACI.

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

leurs besoins spécifiques, tels que l'appui à la recherche de financement et l'assistance à la participation aux foires et expositions nationales (CECA, 2019)⁵⁶.

2.2.3. Instituts d'études et de conseil spécialisés

Plusieurs instituts d'études et de conseil privés proposent des services d'accompagnement à l'export aux entreprises algériennes. Ces instituts offrent une expertise pointue dans des domaines spécifiques tels que le marketing international, la logistique, et le droit commercial international.

En plus de ces organismes, il existe également un certain nombre d'autres acteurs qui peuvent apporter un appui aux entreprises à l'export, tels que les banques, les compagnies d'assurance, et les organisations non gouvernementales (ONG).

3. Les programmes d'aide, de soutien et d'accompagnement

Le gouvernement algérien a mis en place plusieurs programmes d'aide, de soutien et d'accompagnement pour aider les entreprises à exporter leurs produits hors hydrocarbures. Ces programmes visent à fournir aux entreprises les ressources et les informations dont elles ont besoin pour réussir sur les marchés internationaux.

Parmi les principaux programmes d'aide à l'exportation en Algérie, on peut citer :

3.1. Le Programme de développement des exportations (PDE)

Ce programme vise à financer les entreprises qui souhaitent exporter leurs produits. Il propose des subventions pour couvrir les frais de marketing, de participation aux foires et salons internationaux, et de transport des marchandises (Ministère du Commerce, 2020)⁵⁷.

3.2. Le Programme d'appui à la mise à niveau des entreprises (PMN)

Ce programme vise à aider les entreprises à améliorer leur compétitivité sur les marchés

⁵⁶ Confédération des Entreprises Citoyennes d'Algérie (CECA) (2019). *Plan d'action 2019-2024*. Alger : CECA.

⁵⁷ Ministère du Commerce. (2020). Programme de développement des exportations (PDE). <https://www.caci.dz/fr/Nos%20Services/Commerce%20exterieurs/Pages/Dispositif-de-d%C3%A9veloppement-des-exportations.aspx>

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

internationaux. Il propose des subventions pour financer la modernisation des équipements, la formation du personnel et la mise en place de systèmes de gestion de la qualité (Ministère de l'Industrie, 2021)⁵⁸.

3.3. Le Programme d'accompagnement des entreprises exportatrices (PACE)

Ce programme vise à fournir aux entreprises les informations et les conseils dont elles ont besoin pour exporter leurs produits. Il propose des ateliers de formation, des séances de consultation individuelle et des accès à des bases de données sur les marchés internationaux (Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur, 2022)⁵⁹.

En plus de ces programmes, le gouvernement algérien a également mis en place un certain nombre d'autres mesures pour soutenir les exportations hors hydrocarbures. Parmi celles-ci figure la création d'un fonds de garantie à l'exportation, instauré par l'Agence Nationale d'Assurance et de Garantie des Crédits en 2019. Ce fonds garantit les créances des entreprises exportatrices contre les risques d'impayés, offrant ainsi une sécurité financière accrue aux exportateurs⁶⁰.

En 2020, le Ministère du Commerce a introduit un guichet unique de l'exportateur, une initiative visant à simplifier le processus administratif pour les entreprises. Ce guichet unique permet aux entreprises d'accomplir toutes les démarches administratives nécessaires à l'exportation de leurs produits en un seul endroit, réduisant ainsi le temps et les efforts nécessaires pour naviguer à travers les procédures bureaucratiques.

De plus, la réduction des droits de douane sur les importations d'intrants constitue une autre mesure importante. Cette initiative vise à diminuer les coûts de production des entreprises exportatrices, leur permettant de rester compétitives sur les marchés internationaux. Ces mesures, en complément des programmes déjà en place, renforcent le

⁵⁸Ministère de l'Industrie. (2021). Programme d'appui à la mise à niveau des entreprises (PMN). <https://www.industrie.gov.dz/fr/pad-pme/>

⁵⁹Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX). (2022). Programme d'accompagnement des entreprises exportatrices (PACE). <https://www.algex.dz/>

⁶⁰Agence Nationale d'Assurance et de Garantie des Crédits (ANAGRC). (2019). Fonds de garantie à l'exportation <https://www.tradefinanceglobal.com/export-finance/export-credit-agencies-eca/compagnie-algerienne-dassurance-et-de-garantie-des-exportations-algeria-eca/>.

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

soutien global offert par le gouvernement algérien aux entreprises exportatrices, favorisant ainsi la croissance et la diversification des exportations hors hydrocarbures.

Tableau N° 4 : récapitulatif des mécanismes, accords, dispositifs et programmes d'aide et d'accompagnement des exportations hors hydrocarbures en Algérie.

Catégorie			
Accords Internationaux	Organismes d'Accompagnement	Programmes d'Aide et de Soutien	Autre mesures
Accord d'association avec l'UE	Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)	Programme de développement des exportations (PDE)	Fonds de garantie à l'exportation
Grande Zone Arabe de Libre Échange (ZALE)	Centre National de Promotion de l'Artisanat et des Activités de Production de l'Artisanat (CNPA)	Programme d'appui à la mise à niveau des entreprises (PMN)	Guichet unique de l'exportateur
Accords bilatéraux de libre-échange	Agence Nationale de Développement et de Promotion de l'Investissement (ANDI)	Programme d'accompagnement des entreprises exportatrices (PACE)	Réduction des droits de douane sur les importations d'intrants
Accords de partenariat	Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI)		
Accords de facilitation des échanges	Confédération des Entreprises Citoyennes d'Algérie (CECA)		
	Instituts d'études et de conseil spécialisés		

Source : établi par nous-même sur la base des données précédentes

4. Avantages et facilitations accordés aux exportations hors hydrocarbures

Dans le but de stimuler la diversification de l'économie algérienne et de réduire sa dépendance aux hydrocarbures, le gouvernement algérien a mis en place une batterie de mesures incitatives visant à promouvoir les exportations hors hydrocarbures. Ces mesures, qui s'articulent autour d'exonérations fiscales, d'aides financières et d'appui institutionnel, visent à rendre l'export plus attractif pour les entreprises algériennes et à leur permettre de mieux se positionner sur les marchés internationaux (Ministère du Commerce, 2020).

4.1. Exonérations fiscales

Les entreprises exportatrices hors hydrocarbures bénéficient d'une série d'exonérations fiscales, dont les principales sont (Ministère des Finances, 2021) :

4.1.1. Exonération permanente de l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS)

Cette exonération concerne les bénéfices liés aux activités d'exportation, à condition que le chiffre d'affaires à l'export représente au moins 50% du chiffre d'affaires global de l'entreprise.

4.1.2. Exonération permanente de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP)

Cette exonération s'applique aux entreprises exportatrices dont le chiffre d'affaires annuel à l'export est supérieur à 100 millions de dinars algériens.

4.1.3. Suppression du versement forfaitaire (VF)

Le VF, qui constituait une contribution minimale à l'impôt sur le revenu des personnes physiques (IRPP) pour les entreprises individuelles, a été supprimé pour les exportateurs hors hydrocarbures.

4.2. Aides financières :

L'Etat algérien met à disposition des entreprises exportatrices hors hydrocarbures plusieurs

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

dispositifs d'aide financière, tels que (Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur, 2021)

4.2.1. Le Fonds national de promotion des exportations (FNP)

Ce fonds octroie des subventions aux entreprises exportatrices pour la prise en charge d'une partie de leurs frais de participation aux foires et expositions internationales, de prospection et de communication à l'international.

4.2.2. Le Fonds de garantie des exportations (FGE)

Ce fonds garantit les risques liés aux opérations d'exportation, tels que les risques de non-paiement et les risques politiques.

4.2.3. Le Crédit à l'exportation bonifié

Ce crédit, accordé par les banques algériennes, permet aux entreprises exportatrices de financer leurs opérations d'exportation à des taux d'intérêt avantageux.

4.3. Appui institutionnel

Les entreprises exportatrices hors hydrocarbures bénéficient d'un accompagnement institutionnel de la part de plusieurs organismes publics, dont les principaux sont (Ministère du Commerce, 2020) :

4.3.1. L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)

ALGEX assure la promotion des exportations algériennes sur les marchés internationaux et fournit aux entreprises exportatrices un ensemble de services d'information, de conseil et d'accompagnement.

4.3.2. Le Centre National de Promotion du Commerce Extérieur (CNPC)

Le CNPC organise des formations et des séminaires à l'intention des entreprises exportatrices sur les techniques et les procédures d'exportation.

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

4.3.3. Le Centre Algérien de Normalisation et de Contrôle Qualité (CNAC)

Le CNAC délivre les certificats de conformité aux normes internationales nécessaires à l'exportation des produits algériens.

A l'issue de cette section, nous pouvons conclure que les avantages et facilitations accordés aux exportations hors hydrocarbures par le gouvernement algérien ont permis de stimuler les exportations non pétrolières ces dernières années.

Cependant, des défis importants demeurent, tels que la bureaucratie administrative, la complexité des procédures d'exportation et le manque de compétitivité des entreprises algériennes sur les marchés internationaux.

Il est donc nécessaire que le gouvernement algérien continue à améliorer l'environnement des affaires et à renforcer les dispositifs d'aide aux exportateurs afin de permettre aux entreprises algériennes de tirer pleinement profit des opportunités offertes par la mondialisation.

Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

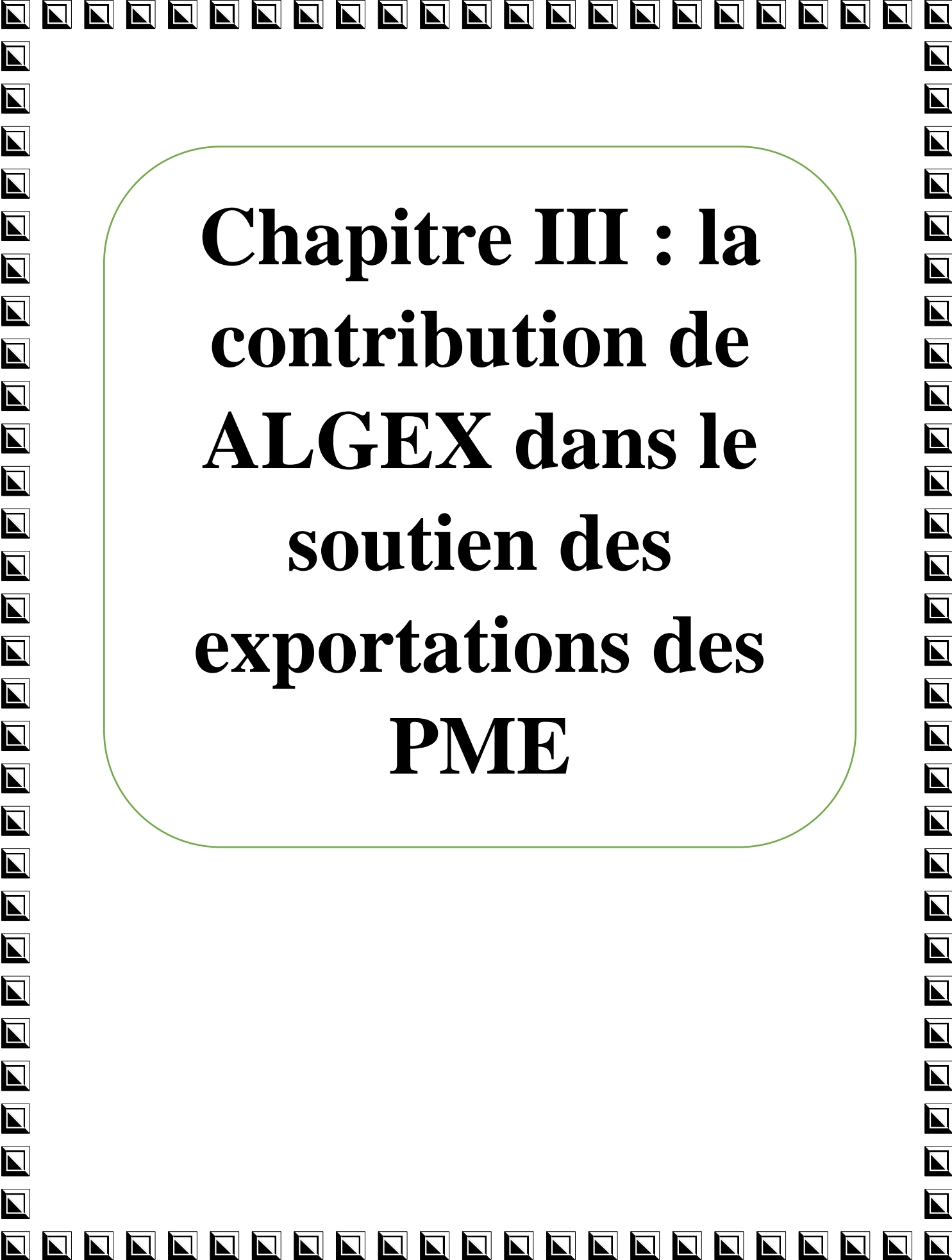
Conclusion

En conclusion de ce chapitre, nous avons mis en exergue le rôle important joué par l'Etat algérien dans la promotion des exportations hors hydrocarbures à travers la mise en place de divers dispositifs d'aide et d'accompagnement. L'analyse des évolutions des exportations hors hydrocarbures en Algérie a permis de constater une tendance à la hausse ces dernières années, sous l'effet des mesures incitatives mises en place par le gouvernement.

Cependant, malgré ces avancées, des défis importants demeurent, tels que la bureaucratie administrative, la complexité des procédures d'exportation et le manque de compétitivité des entreprises algériennes sur les marchés internationaux. Pour relever ces défis, il est nécessaire que le gouvernement algérien continue à améliorer l'environnement des affaires et à renforcer les dispositifs d'aide aux exportateurs.

Par ailleurs, l'accent doit être mis sur le renforcement des capacités des entreprises Algériennes en matière d'innovation, de marketing international et de gestion de la qualité. Le développement d'infrastructures logistiques performantes et la simplification des procédures administratives liées à l'exportation constituent également des axes majeurs pour une meilleure promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie.

En somme, la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie est un processus à long terme qui nécessite une action concertée de la part de l'ensemble des acteurs économiques et institutionnels du pays. La réussite de ce processus permettra à l'Algérie de diversifier son économie, de réduire sa dépendance aux hydrocarbures et de s'intégrer davantage dans la mondialisation.



**Chapitre III : la
contribution de
ALGEX dans le
soutien des
exportations des
PME**

Introduction

La stratégie de diversification des revenus nationaux entreprise par l'État algérien se traduit par la mise en place de mécanismes innovants visant à encourager les exportations hors hydrocarbures, notamment celles des entreprises privées, en particulier les PME. Ces réformes sont cruciales pour s'adapter aux mutations profondes induites par le monde contemporain. D'une part, l'instabilité des cours du pétrole et du gaz naturel constitue une réelle menace pour l'économie nationale. D'autre part, la transition vers de nouvelles sources d'énergie plus durables est un enjeu majeur, susceptible de réduire la demande en hydrocarbures et d'entraîner une baisse drastique des prix. Afin de prévenir un tel scénario, il est impératif de stimuler la production nationale et de renforcer la participation du pays au commerce international.

Ce chapitre se concentre donc sur l'une de ces réformes, incarnée par le dispositif ALGEX, une initiative prometteuse pour accroître et encourager les entreprises nationales à exporter. Nous présenterons en détail dans ce chapitre toutes les facettes de ce dispositif ainsi que les informations recueillies lors de notre stage pratique. Plus spécifiquement, ce troisième chapitre offre une vue d'ensemble sur l'organisation, la structure, le personnel, les missions et l'efficacité d'ALGEX, basée sur un entretien approfondi mené avec l'un de ses responsables.

Section 1 : présentation de l'organisme d'accueil ALGEX

L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) joue un rôle crucial dans le développement économique de l'Algérie en stimulant les exportations hors hydrocarbures. Dans un contexte marqué par la mondialisation croissante des échanges commerciaux et la nécessité de diversifier l'économie algérienne, la présentation d'ALGEX s'avère d'une importance capitale pour plusieurs raisons majeures (Ministère du Commerce, 2024).

Cette section offre une vue exhaustive de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX), définissant ses missions principales, présentant son évolution historique, son cadre juridique, sa vision et ses objectifs stratégiques, ainsi que l'organisation et la structure d'ALGEX, ses activités, ses réalisations, et l'analyse de ses ressources et finances. Elle synthétise également les points clés de la présentation et discute des perspectives et orientations stratégiques pour l'avenir de l'agence.

Cette présentation d'ALGEX offre une vision complète de ses missions, objectifs et réalisations, éclairant ainsi son rôle crucial dans la promotion des exportations algériennes et la stimulation de la croissance économique, tout en soulignant les défis et les perspectives futures de l'agence. En tant qu'outil essentiel pour les entreprises cherchant à exporter, elle éclaire sur les services offerts, les procédures d'accompagnement et les marchés potentiels, tout en sensibilisant le grand public à l'importance du commerce extérieur dans le développement national et en encourageant la diversification des exportations pour un avenir économique durable.

Il est important de noter tout au long de cette section, et dans le but de présenter les différents éléments qui la compose, on s'appuie sur la documentation interne remise par l'organisme d'accueil en l'occurrence ALGEX.

1. Historique d'ALGEX

ALGEX a été créée en **1999** dans le contexte de la diversification de l'économie algérienne et de la promotion des exportations hors hydrocarbures. Depuis sa création, ALGEX a joué un rôle important dans la promotion des produits algériens sur les marchés internationaux et l'accompagnement des entreprises à l'export.

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

L'agence a connu plusieurs étapes importantes dans son évolution :

- **1999** : Création d'ALGEX par le **décret n°99-155 du 21 juillet 1999**.
- **2003** : Adoption de la **charte de l'agence**.
- **2005** : Ouverture de bureaux de représentation à l'étranger (Paris, Milan, Barcelone...).
- **2010** : Mise en place d'un programme d'appui aux PME exportatrices.
- **2015** : Lancement d'une plateforme digitale de promotion des exportations (www.algex.dz).

ALGEX a connu une évolution notable depuis sa création. L'agence a renforcé ses moyens humains et matériels, élargi son réseau de partenaires et diversifié ses programmes d'accompagnement des entreprises.

L'agence a également mis en place un certain nombre d'outils numériques pour faciliter l'accès des entreprises à l'information et aux services d'ALGEX.

Parmi les principales réalisations d'ALGEX, on peut citer l'augmentation significative du nombre d'entreprises exportatrices, passant de 5 000 en 2000 à 15 000 en 2023. Cette croissance témoigne de l'efficacité des initiatives mises en place pour encourager les entreprises à explorer les marchés internationaux. En parallèle, ALGEX a réussi à diversifier les produits exportés, avec plus de 200 produits non hydrocarbures désormais exportés vers plus de 100 pays. Cette diversification a permis de réduire la dépendance du pays aux hydrocarbures et de promouvoir une économie plus variée et résiliente.

En termes de valeur, les exportations hors hydrocarbures ont connu une augmentation remarquable, passant de 5 milliards USD en 2000 à 25 milliards USD en 2023. Cette progression est le reflet des efforts soutenus pour améliorer la compétitivité des produits algériens à l'international. De plus, ALGEX a renforcé la présence des entreprises algériennes sur les marchés internationaux, avec une participation régulière à plus de 50 salons et expositions internationaux par an, offrant ainsi de nombreuses opportunités de visibilité et de partenariat pour les entreprises du pays.

2. Vision et missions d'ALGEX

2.1. Vision d'ALGEX

ALGEX s'inscrit dans une vision ambitieuse de faire de l'Algérie un acteur majeur du commerce international en propulsant ses exportations vers de nouveaux horizons. Cette vision se traduit par la volonté de positionner l'Algérie comme une plateforme d'exportation de premier plan, reconnue pour la qualité et la diversité de ses produits et services.

Pour concrétiser cette vision, ALGEX s'engage à promouvoir la diversification des exportations algériennes en encourageant l'émergence de nouveaux secteurs d'activité et en soutenant les entreprises exportatrices dans leur démarche de diversification. De plus, ALGEX renforce la compétitivité des entreprises algériennes sur les marchés internationaux en leur offrant des services d'accompagnement et d'appui adaptés à leurs besoins. En outre, ALGEX développe un réseau de partenaires internationaux pour faciliter l'accès des entreprises algériennes aux marchés étrangers et promouvoir leurs produits et services. Enfin, ALGEX améliore l'image de marque de l'Algérie à l'international en mettant en avant ses atouts et son potentiel économique.

Cette vision ambitieuse d'ALGEX s'inscrit en droite ligne avec les objectifs stratégiques de développement économique du pays. En contribuant à l'augmentation des exportations algériennes, ALGEX participe à la création de richesses, à la diversification de l'économie et à la création d'emplois (Ministère du Commerce, 2023).

2.2. Missions d'ALGEX

Pour concrétiser sa vision et atteindre ses objectifs, ALGEX s'est dotée de trois missions stratégiques :

Mission 1 : Promouvoir et développer les exportations algériennes

Cette mission consiste à mettre en œuvre des actions de promotion et de développement des exportations algériennes sur les marchés nationaux et internationaux. Cela comprend notamment la participation à des salons et foires internationales, l'organisation de

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

missions économiques et la mise en place de programmes d'appui aux entreprises exportatrices.

Mission 2 : Assister et accompagner les entreprises exportatrices algériennes

Cette mission vise à fournir aux entreprises exportatrices algériennes un ensemble de services d'accompagnement et d'appui pour les aider à développer leurs activités à l'international. Cela comprend notamment l'information et le conseil, la formation, l'accompagnement dans les démarches administratives et le financement des exportations.

Mission 3 : Renforcer la présence de l'Algérie sur les marchés internationaux

Cette mission consiste à renforcer la présence de l'Algérie sur les marchés internationaux en développant un réseau de partenaires institutionnels et économiques. Cela comprend notamment la participation à des organisations internationales et régionales, la mise en place de partenariats avec des agences de promotion des exportations étrangères et la promotion de l'investissement en Algérie.

Ces missions stratégiques d'ALGEX sont déclinées en un ensemble d'objectifs opérationnels concrets qui font l'objet d'une évaluation régulière (ALGEX, 2020).

2.3. Les objectifs d'ALGEX

Les objectifs de l'agence comprennent la conception d'un système d'information économique et commercial articulé autour des chambres de commerce et d'industrie, des chambres d'agriculture, et de la concurrence.

En outre, l'agence aspire à devenir un partenaire écouté par tous les professionnels du commerce international, ce qui implique d'établir des relations de confiance et de collaboration avec ces acteurs.

De plus, l'agence vise à devenir le premier serveur national d'informations économiques et commerciales, centralisant ainsi les données essentielles pour les opérateurs économiques. Parallèlement, elle ambitionne de devenir le point focal des systèmes internationaux d'informations économiques et commerciales, facilitant l'accès des entreprises nationales aux données mondiales. Enfin, l'agence se positionne comme un outil didactique

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

pour les acteurs du commerce extérieur, en organisant périodiquement des séminaires, des journées d'étude et des tables rondes sur le commerce extérieur et les activités connexes, contribuant ainsi à l'éducation et à la formation continue des professionnels du secteur.

3. Organisation et structure d'ALGEX

3.1. Le Directeur général

La nomination du directeur général est faite par décret présidentiel, et il est responsable de la gestion de l'agence dans le cadre institutionnel, suivant la réglementation prévue dans le décret exécutif de création de l'agence.

Parmi ses prérogatives, il y a la préparation du bilan annuel de l'agence et sa présentation au conseil d'orientation. En outre, il gère le budget de l'agence conformément aux conditions dictées par la législation en vigueur.

Le directeur général assure également une bonne gouvernance en matière de ressources humaines. De plus, il signe les marchés ainsi que les accords et conventions liés aux fonctions de l'agence. Il prépare le projet du règlement intérieur de l'agence et les travaux du conseil d'orientation. Il veille à la réalisation des objectifs tracés par l'agence et représente cette dernière devant la justice en cas de litige. Enfin, il anime et coordonne les activités des bureaux des représentants de l'agence à l'étranger.

3.2. Directions centrales

Les directions centrales de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) jouent un rôle fondamental dans la mise en œuvre de sa mission et la réalisation de ses objectifs. Chacune de ces directions se spécialise dans un domaine précis, assurant ainsi une gestion efficace et une coordination optimale des différentes activités de l'agence.

Les directions centrales d'ALGEX sont les suivantes :

- **La Direction de la Stratégie et du Développement** est responsable de l'élaboration des plans stratégiques à long terme et de la mise en place des initiatives visant à diversifier les exportations algériennes. Elle analyse les tendances du marché international et propose des actions pour renforcer la compétitivité des entreprises locales.

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

- La **Direction de la Promotion et de la Communication** s'occupe de la promotion des produits algériens sur les marchés internationaux. Elle organise des événements tels que des salons et des foires commerciales, et développe des campagnes de communication pour valoriser l'image de marque de l'Algérie à l'étranger.
- La **Direction de l'Appui aux Entreprises** offre un soutien direct aux entreprises exportatrices. Elle fournit des conseils techniques et stratégiques, aide à la recherche de partenaires internationaux, et facilite l'accès aux financements nécessaires pour les opérations d'exportation.
- La **Direction des Affaires Juridiques et de la Réglementation** veille au respect des lois et des règlements relatifs au commerce extérieur. Elle conseille l'agence et les entreprises sur les questions juridiques et réglementaires, et assure la conformité des opérations avec les normes internationales.
- La **Direction des Ressources Humaines et Financières** gère les aspects administratifs et financiers de l'agence. Elle s'occupe de la gestion des ressources humaines, de la préparation des budgets, et de la supervision des finances pour garantir une utilisation efficace et transparente des fonds.
- La **Direction de l'Audit Interne et du Contrôle de Gestion** joue un rôle crucial dans l'évaluation et l'amélioration des performances internes de l'agence. Elle réalise des audits réguliers pour assurer la conformité aux procédures internes et externes, et propose des recommandations pour optimiser les processus de gestion.

Ces directions centrales travaillent en synergie pour assurer le bon fonctionnement de l'ALGEX et pour accomplir sa mission de promotion des exportations algériennes, de soutien aux entreprises, et de valorisation de l'image de l'Algérie sur la scène internationale.

3.3. Directions régionales

Les directions régionales de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) sont essentielles pour la mise en œuvre locale des politiques et des stratégies définies par la direction générale. Elles assurent une présence sur le terrain, facilitant ainsi l'interaction directe avec les entreprises locales et les opérateurs économiques.

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

Tableau N°05 : directions régionales d'ALGEX

Direction Régionale	Zone de Couverture	Rôle Principal
Alger	Capitale	Point de coordination principal pour les activités de promotion des exportations, appui direct aux entreprises locales
Oran	Région Ouest	Soutenir les entreprises locales à accéder aux marchés internationaux, services de conseil et de soutien technique
Constantine	Région Est	Identifier les opportunités d'exportation, accompagner les entreprises à pénétrer les marchés étrangers
Annaba	Région Est (focus sur frontière tunisienne)	Faciliter les échanges transfrontaliers et les opportunités commerciales avec les pays voisins
Ouargla	Région Sud	Offrir des opportunités de formation et d'accompagnement à l'export pour les entreprises locales

Source : établi par nous-même sur la base des données de l'agence.

3.4. Bureaux de liaison

Les bureaux de liaison à l'étranger jouent un rôle crucial dans l'extension des activités d'ALGEX au-delà des frontières algériennes. Ces bureaux facilitent les connexions entre les entreprises algériennes et les marchés internationaux, tout en promouvant l'image de marque de l'Algérie à l'étranger.

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

Tableau N°06 : les bureaux de liaison d'ALGEX

Bureau de Liaison	Zone de Couverture	Rôle Principal
Paris (France)	Marché européen	Relais entre les entreprises algériennes et le marché européen, information sur les opportunités commerciales, aide à la navigation dans les réglementations européennes
Milan (Italie)	Hub commercial européen	Établir des contacts commerciaux en Italie, participation à des salons et événements commerciaux italiens
Shanghai (Chine)	Marché chinois	Accès au marché chinois, aide à surmonter les barrières culturelles et linguistiques pour l'exportation vers la Chine

Source : établi par nous-même sur la base des données de l'agence.

Ces différentes structures, qu'elles soient régionales ou internationales, ont pour mission de mettre en œuvre les politiques et stratégies définies par la direction générale d'ALGEX. Leur objectif principal est de promouvoir les exportations hors hydrocarbures de l'Algérie, en soutenant les entreprises locales et en valorisant les produits algériens sur les marchés mondiaux.

3.5. Organigramme d'ALGEX

L'organigramme d'ALGEX n'est pas disponible publiquement. Il nous a été uniquement accessible dans le cadre de notre stage pratique (**voir annexe N 01**).

3.5.1. Secrétaire général

Il prend en charge toutes les tâches qui lui seront confiées par le directeur général ; et de ce fait, il assistera ce dernier dans la gestion des activités de l'agence.

3.5.2. Directions d'analyse des produits

Les missions de cette direction sont essentielles pour la mise en œuvre efficace de la politique de promotion des produits exportés. Tout d'abord, elle se charge de choisir les produits qui sont aptes à être intégrés dans cette politique, assurant ainsi que seuls les produits avec un potentiel élevé de succès sur les marchés internationaux soient sélectionnés.

En outre, cette direction participe activement à l'élaboration et à la mise en œuvre de la politique de promotion des exportations. Cela inclut le développement de stratégies spécifiques « produit-marché » qui visent à aligner les caractéristiques des produits avec les besoins et les attentes des marchés cibles.

3.5.3. Directions des services spécialisés

Cette direction vise à renforcer la compétitivité des produits nationaux sur les marchés internationaux. Elle propose des suggestions pour améliorer la logistique d'exportation, le financement et l'assurance des produits exportés, tout en anticipant et en proposant des solutions aux obstacles potentiels rencontrés lors de l'exportation.

3.5.4. Direction de la formation, de la coopération et de la documentation

La direction de la formation, de la coopération et de la documentation a pour missions et rôles de développer les relations avec les entreprises étrangères, de traduire les documents nécessaires aux entreprises, de préparer les brochures et la documentation relative aux séminaires organisés au sein d'ALGEX, et de proposer des formations aux cadres d'entreprises et aux organismes nationaux et étrangers. De plus, elle prend en charge toutes les demandes en matière de recherche et de documentation liées au commerce international.

3.5.5. Direction de l'information et de la communication

La Direction de l'information et de la communication a pour missions de mettre en place un système médiatique dédié au commerce international et de promouvoir les projets de collaboration multilatéraux dans le domaine de l'information et de la communication. Cette

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

direction est organisée en trois sous-directions : la sous-direction de l'information, la sous-direction de l'informatique, et la sous-direction de la communication et des relations publiques.

3.5.6. Direction de l'administration et des moyens

La Direction de l'administration et des moyens a pour missions de préparer le budget de gestion d'ALGEX, de régler les litiges administratifs et juridiques, de gérer l'enveloppe budgétaire complémentaire de l'agence, et de garantir la bonne exécution du plan de sécurité et de l'hygiène des locaux.

3.5.7. Direction des stratégies et programmes

La Direction des stratégies et programmes a pour missions d'analyser les politiques et stratégies liées au commerce international, ainsi que d'analyser les importations de manière générale.

4. Les moyens de fonctionnement d'ALGEX

4.1. Les moyens humains

Le personnel d'ALGEX est composé d'environ 200 agents, répartis entre les différentes directions et structures de l'organisme. Les agents d'ALGEX sont des cadres et des techniciens supérieurs, dotés des compétences nécessaires pour accomplir les missions de l'organisme.

4.2. Les moyens matériels

ALGEX dispose d'un siège social à Alger, ainsi que de bureaux régionaux dans les principales villes d'Algérie. L'organisme dispose également d'un parc informatique performant et d'une logistique adaptée à ses besoins.

4.3. Les moyens financiers et budgétaires

Le budget d'ALGEX est alimenté par une subvention de l'État algérien, ainsi que par des recettes provenant de ses prestations de services. L'organisme gère ses ressources

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

financières de manière rigoureuse et transparente, dans le respect des dispositions réglementaires en vigueur.

5. Activités et réalisations d'ALGEX

5.1. Domaines d'intervention d'ALGEX

L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) intervient dans une multitude de domaines afin de stimuler et de soutenir la présence des entreprises algériennes sur les marchés internationaux. Ses actions s'articulent autour des axes stratégiques suivants (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022) :

- **Information et sensibilisation des opérateurs économiques** : ALGEX s'emploie à informer et à sensibiliser les entreprises algériennes sur les opportunités d'exportation, les exigences des marchés internationaux et les procédures administratives liées au commerce extérieur. Cela se concrétise par l'organisation de conférences, de séminaires, d'ateliers de formation et la publication de brochures et de guides informatifs (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022).
- **Accompagnement des entreprises à l'export** : ALGEX offre un accompagnement personnalisé aux entreprises algériennes désireuses d'exporter. Cet accompagnement comprend l'assistance à la recherche de partenaires étrangers, la participation à des manifestations commerciales internationales et la mise en relation avec des organismes de soutien à l'export (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022).
- **Promotion de l'offre algérienne à l'étranger** : ALGEX assure la promotion des produits et services algériens sur les marchés internationaux. Cela se fait à travers la participation à des salons et foires internationales, l'organisation de missions économiques et la réalisation de campagnes de communication ciblées (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022).
- **Appui à la structuration des filières d'exportation** : ALGEX encourage la structuration des filières d'exportation en vue d'améliorer la compétitivité des entreprises algériennes sur les marchés internationaux. Cela se traduit par la création

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

de groupements d'entreprises et la mise en place de programmes de mise à niveau (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022).

- **Développement des relations commerciales internationales :** ALGEX œuvre au développement des relations commerciales internationales de l'Algérie. Cela implique la participation à des négociations commerciales internationales, la conclusion d'accords commerciaux et la promotion de la coopération économique internationale (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022).

5.2. Réalisations et impact d'ALGEX

Depuis sa création, ALGEX a réalisé des avancées notables en matière de promotion des exportations algériennes. Parmi ses principales réalisations, on peut citer (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022) :

- **Accroissement du volume des exportations hors hydrocarbures :** Les exportations hors hydrocarbures de l'Algérie ont connu une croissance significative ces dernières années, grâce notamment aux efforts d'ALGEX pour diversifier l'économie algérienne et promouvoir les produits algériens sur les marchés internationaux.
- **Augmentation du nombre d'entreprises exportatrices :** Le nombre d'entreprises algériennes exportatrices a également augmenté de manière considérable ces dernières années, témoignant de l'efficacité des actions d'ALGEX en matière d'accompagnement et de soutien des entreprises à l'export.
- **Amélioration du positionnement de l'Algérie sur les marchés internationaux :** L'Algérie a amélioré son positionnement sur les marchés internationaux grâce aux actions de promotion menées par ALGEX. Les produits algériens sont aujourd'hui plus visibles et mieux connus sur les marchés étrangers.
- **Contribution à la diversification de l'économie Algérienne :** Les actions d'ALGEX ont contribué à la diversification de l'économie algérienne en réduisant la dépendance du pays aux hydrocarbures et en encourageant le développement d'autres secteurs d'activité.

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

L'impact des actions d'ALGEX se mesure également à travers la création d'emplois, la génération de richesses et l'amélioration du bien-être de la population algérienne. En effet, l'augmentation des exportations hors hydrocarbures a permis de créer des emplois dans divers secteurs d'activité, de générer des devises étrangères et de contribuer à la croissance économique du pays (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022).

6. Ressources et finances d'ALGEX

6.1. Sources de financement d'ALGEX

ALGEX dispose de plusieurs sources de financement pour mener à bien ses missions. Ces sources de financement comprennent (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022) :

- **Subventions budgétaires de l'État Algérien** : La principale source de financement d'ALGEX provient des subventions budgétaires allouées par l'État algérien. Ces subventions permettent à l'agence de couvrir ses frais de fonctionnement et de mettre en œuvre ses programmes de promotion des exportations (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022).
- **Redevances et droits de participation** : ALGEX perçoit également des redevances et des droits de participation de la part des entreprises qui bénéficient de ses services. Ces redevances et droits varient en fonction de la nature et du volume des services fournis (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022).
- **Partenariats et coopération internationale** : ALGEX noue des partenariats et des accords de coopération avec des organismes internationaux et des agences de promotion des exportations d'autres pays. Ces partenariats peuvent déboucher sur des financements conjoints de programmes et d'actions de promotion des exportations (Benbouzid, 2019).

6.2. Gestion des ressources financières d'ALGEX

La gestion des ressources financières d'ALGEX est soumise à un cadre réglementaire strict. L'agence est tenue de respecter les principes de transparence et de bonne gouvernance

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

dans l'utilisation des fonds publics et des recettes qu'elle perçoit (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022).

Les ressources financières d'ALGEX sont affectées aux actions qui contribuent le plus efficacement à la réalisation de ses missions. L'agence établit chaque année un budget prévisionnel qui est soumis à l'approbation du Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations (Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations, 2022).

Un système de contrôle interne est mis en place pour garantir l'utilisation efficiente et transparente des ressources financières. Ce système de contrôle comprend des audits réguliers et la mise en œuvre de procédures de gestion des finances publiques (Bessaï, 2018).

À l'issue de cette section, la présentation d'ALGEX a permis de saisir son rôle crucial dans l'économie algérienne. Créée en 2003, ALGEX se positionne comme un acteur clé dans la promotion des exportations hors hydrocarbures. Ses missions incluent l'information des opérateurs économiques, l'accompagnement des entreprises à l'export et la promotion de l'image de l'Algérie à l'étranger.

ALGEX a évolué pour s'adapter aux défis du marché mondial tout en soutenant l'exportation algérienne. Ses objectifs visent à renforcer les capacités exportatrices des PME, diversifier les marchés et améliorer la compétitivité des produits algériens. La structure organisationnelle, avec ses directions centrales, régionales et bureaux de liaison, permet une gestion efficace de ses activités.

Les différentes structures, comme les directions d'analyse des produits, des services spécialisés, de la formation et de la coopération, jouent des rôles complémentaires pour atteindre les objectifs de l'agence. Les moyens humains qualifiés et les ressources financières bien gérées sont essentiels pour le fonctionnement d'ALGEX.

Les activités et réalisations de l'agence démontrent son impact tangible, avec des actions couvrant divers secteurs économiques et renforçant la position des PME sur les marchés internationaux. Les sources de financement et la gestion des ressources financières assurent la pérennité de l'agence.

Section 2 : étude qualitative de la contribution d'ALGEX dans l'accompagnement des PME à l'exportation

Cette section se concentre sur une analyse qualitative de la contribution d'ALGEX dans l'accompagnement des PME algériennes à l'exportation. L'objectif principal est d'examiner en profondeur le rôle de l'agence dans ce domaine important pour le développement économique. Cette analyse repose sur une méthodologie rigoureuse, mettant en œuvre des entretiens semi-directifs pour recueillir des données riches et détaillées sur les perceptions et les expériences des acteurs impliqués. Le choix d'une approche qualitative permet une compréhension approfondie des dynamiques et des défis rencontrés dans l'accompagnement des PME à l'exportation. En adoptant une approche méthodologique solide, cette étude vise à apporter des éclairages significatifs sur le travail d'ALGEX et ses implications pour le tissu économique algérien.

2.1. Méthodologie de la recherche

L'objectif de cette étude est d'analyser la contribution d'ALGEX dans l'accompagnement des PME algériennes à l'exportation. Pour ce faire, une approche méthodologique qualitative a été adoptée, basée sur un guide d'entretien semi-directif. Cette méthode permet de recueillir des données riches et détaillées sur les perceptions et les expériences des acteurs concernés.

2.1.1. Présentation de la méthodologie de recherche

L'étude est réalisée en adoptant une méthodologie descriptive qualitative, centrée sur l'utilisation d'un guide d'entretien semi-directif. Cette approche permet une exploration des perceptions et des expériences des acteurs impliqués, offrant ainsi une compréhension des dynamiques sous-jacentes à l'activité d'ALGEX dans l'accompagnement des PME à l'exportation. Dans le cadre de cette méthodologie, un responsable de la formation au sein d'ALGEX est sélectionné comme participant, en raison de sa connaissance des dispositifs d'accompagnement de l'agence et de son expertise dans le domaine de l'exportation. L'entretien est mené en français. Conformément aux normes éthiques de la recherche, le participant donne son consentement préalable à l'enregistrement de l'entretien, qui est ensuite fidèlement transcrit pour une analyse ultérieure.

2.1.2. Structure du guide d'entretien

Le guide d'entretien, constitué de 17 questions semi-ouvertes, couvre un large éventail de thématiques pertinentes pour l'objectif de l'étude. Il explore divers aspects de l'activité d'ALGEX dans l'accompagnement des PME à l'exportation, notamment la présentation de l'agence et de ses objectifs, les défis rencontrés, les dispositifs d'aide disponibles, les modalités d'accès, ainsi que les résultats tangibles de cet accompagnement. De plus, il examine les implications des coopérations internationales sur le travail d'ALGEX et sur les PME algériennes, ainsi que la méthode de sélection des partenaires pour les initiatives internationales.

Le guide est réparti comme suit selon les objectifs visés :

Axe 1 : La présentation d'ALGEX et de ses objectifs

Cet axe aborde la présentation d'ALGEX et de ses objectifs, mettant en lumière son rôle en tant qu'agence publique algérienne établie en 2003. Son objectif principal est de promouvoir les exportations algériennes hors hydrocarbures en offrant une gamme diversifiée de dispositifs d'aide pour accompagner les PME à l'exportation.

Axe 2 : Les contacts entre ALGEX et les entreprises exportatrices

Cet axe met en évidence les contacts entre ALGEX et les entreprises exportatrices, soulignant les divers canaux de communication utilisés tels que les chambres de commerce, les associations professionnelles et les foires et salons, tout en fournissant des services de conseil individuel.

Axe 3 : Les défis majeurs dans l'accompagnement des PME à l'exportation

Cet axe identifie les défis majeurs rencontrés dans l'accompagnement des PME à l'exportation, y compris le manque de financement, le déficit de compétences en commerce international et la complexité des procédures d'exportation.

Axe 4 : Les divers dispositifs d'aide offerts par ALGEX

Cet axe présente les divers dispositifs d'aide offerts par ALGEX, notamment des ateliers de

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

formation, des journées d'information, des missions économiques à l'étranger et des lignes de crédit spécifiquement dédiées à l'export.

Axe 5 : Les critères d'éligibilité à ces dispositifs, et les phases du processus d'exportation :

Cet axe détaille les critères d'éligibilité à ces dispositifs, soulignant que les conditions d'accès varient selon le type d'aide proposé, et généralement les PME doivent être enregistrées au registre du commerce et avoir réalisé un certain chiffre d'affaires à l'export. Cet axe examine également les phases du processus d'exportation où ces dispositifs interviennent, montrant que les dispositifs d'accompagnement d'ALGEX sont présents à toutes les étapes, depuis la planification jusqu'à la réalisation de ventes sur les marchés internationaux.

Cette structuration permet une exploration systématique des différents aspects de l'activité étudiée, garantissant ainsi une collecte exhaustive et systématique des données pour fournir des insights précieux sur la contribution d'ALGEX à l'économie algérienne. De plus, Cette structuration facilite le guidage du responsable à travers un ensemble de questions ciblées, favorisant ainsi une exploration approfondie des différents aspects de l'activité étudiée. En assurant la cohérence et la rigueur de l'approche méthodologique, cette présentation méthodique contribue à la qualité et à la fiabilité des résultats de la recherche.

2.1.3. Analyse des données

L'analyse des données recueillies lors des entretiens est conduite de manière rigoureuse et systématique. Les réponses du responsable sont examinées à travers une approche thématique, visant à identifier les tendances, les modèles et les points clés. Cette méthode d'analyse permet de regrouper les données en fonction de leur pertinence et de leur similarité, facilitant ainsi l'identification de thèmes récurrents et la mise en lumière des éléments les plus significatifs pour l'objectif de l'étude. En adoptant une approche analytique rigoureuse, cette analyse des données vise à fournir des insights précieux sur la contribution d'ALGEX dans l'accompagnement des PME à l'exportation, ainsi que sur les défis et les opportunités associés à cette démarche importante pour l'économie algérienne.

2.2. Analyse et interprétation des résultats de l'entretien

L'analyse des données recueillies lors de l'entretien avec le responsable de la formation au

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

sein d'ALGEX permet d'apporter des éléments de réponse sur la contribution de l'agence dans l'accompagnement des PME algériennes à l'exportation. Les résultats obtenus font ressortir plusieurs points clés (**voir annexe N 02**).

Question 1 : pouvez-vous vous présenter brièvement et nous parler de votre rôle au sein de L'ALGEX ?

Réponse : je suis le responsable de la formation au sein de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) désigné pour l'accompagnement et l'accueil des demandeurs dans le cadre de la promotion des exportations algériennes hors hydrocarbures et l'accompagnement des PME dans leur démarche d'internationalisation.

Question 2 : quels sont vos principaux objectifs ?

But : comprendre les objectifs et l'orientation stratégique d'ALGEX dans le soutien aux PME algériennes pour leur compétitivité sur les marchés internationaux.

Réponse : "ALGEX se consacre à renforcer la compétitivité des PME algériennes sur les marchés internationaux en les aidant à améliorer leurs produits, services et stratégies d'exportation. Nous facilitons l'accès des PME à ces marchés en leur fournissant informations, outils et services d'accompagnement pour identifier des marchés potentiels, établir des contacts commerciaux et surmonter les obstacles réglementaires. Nous promovons également les exportations algériennes hors hydrocarbures en sensibilisant les PME au potentiel de l'exportation et en valorisant les succès des entreprises algériennes à l'international. Enfin, nous contribuons à la diversification de l'économie algérienne en réduisant la dépendance aux hydrocarbures et en favorisant une économie plus diversifiée et résiliente."

Commentaire : les objectifs d'ALGEX sont orientés vers le renforcement de la compétitivité des PME algériennes sur les marchés mondiaux, en mettant l'accent sur l'amélioration des produits, services et stratégies d'exportation. Ils visent également à réduire la dépendance économique de l'Algérie vis-à-vis des hydrocarbures en favorisant la diversification économique à travers le développement des exportations.

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

Question 3 : pouvez-vous décrire le contact que vous avez avec les entreprises exportatrices ?

But : comprendre les différents canaux de communication et les services offerts par ALGEX aux entreprises exportatrices.

Réponse : "nous avons un contact régulier avec les entreprises exportatrices à travers différents canaux. Les PME peuvent nous contacter par téléphone, par email ou se rendre directement dans nos bureaux pour bénéficier d'un accueil et d'un conseil individualisé sur leurs projets d'exportation. Nous organisons également des formations et des ateliers thématiques sur l'exportation, ouverts à toutes les PME intéressées. En participant à des salons, des forums et des conférences liées au commerce international, nous rencontrons les PME et leur présentons nos services d'accompagnement. De plus, nous diffusons des informations et des ressources sur l'exportation sur notre site web et sur nos réseaux sociaux, et nous encourageons les PME à s'abonner à nos newsletters pour rester informées de nos actualités et offres d'accompagnement."

Commentaire : ALGEX maintient une communication active avec les entreprises exportatrices, offrant un soutien varié via différents canaux. En plus des conseils personnalisés, des formations et des événements, ils fournissent des ressources en ligne pour assister les PME dans leur processus d'exportation, illustrant ainsi leur engagement envers le développement des exportations.

Question 4 : quels sont les principaux défis rencontrés dans votre travail ?

But : identifier les défis auxquels ALGEX est confronté dans son soutien aux PME algériennes dans le domaine de l'exportation.

Réponse : "ALGEX rencontre plusieurs défis dans l'accompagnement des PME à l'export. Le manque de ressources financières freine certaines PME qui hésitent à se lancer en raison des coûts initiaux tels que la participation à des foires commerciales ou la certification de produits. De plus, la faiblesse des capacités d'exportation et le manque d'expérience constituent des obstacles importants. La complexité de l'environnement réglementaire, avec des procédures douanières et des réglementations techniques parfois dissuasives, ajoute une difficulté supplémentaire. Les PME algériennes doivent également affronter une concurrence

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

accrue sur les marchés internationaux. Enfin, l'instabilité de l'environnement économique international, avec les crises économiques et les fluctuations des cours des matières premières, peut avoir un impact négatif sur les exportations.

Malgré ces défis, nous sommes déterminés à jouer un rôle moteur dans le développement des exportations algériennes hors hydrocarbures et à soutenir les PME dans leur parcours à l'international."

Commentaire : ALGEX fait face à une série de défis complexes, notamment le manque de ressources financières, les obstacles réglementaires, et la concurrence sur les marchés mondiaux. Leur engagement à surmonter ces défis et à soutenir les PME algériennes dans leur expansion internationale souligne leur importance dans le développement économique du pays.

Question 5 : quels sont les différents dispositifs ou outils d'aide proposés par ALGEX aux PME et comment faites-vous pour diffuser l'information pour faire connaître votre dispositif ? Et comment se fait la promotion des dispositifs auprès des PME ?

But : comprendre les stratégies de soutien et de promotion utilisées par ALGEX pour aider les PME à exporter.

Réponse : "ALGEX propose divers dispositifs d'aide pour accompagner les PME à l'export. Nous offrons des subventions financières pour couvrir des frais liés aux foires commerciales, études de marché, certifications et marketing. Nous organisons des formations et ateliers animés par des experts en commerce international sur des sujets variés. Nous mettons en relation les PME avec un réseau de contacts étrangers et fournissons des informations et conseils pratiques sur l'exportation. De plus, notre plateforme digitale 'ALGERIA EXPORTERS' aide les PME à présenter leurs produits à des acheteurs potentiels. La promotion de ces dispositifs se fait par des campagnes de communication, séminaires, partenariats et notre plateforme digitale. Nous utilisons une stratégie de communication digitale via notre site web, nos réseaux sociaux et des newsletters. Nous participons également à des événements professionnels, collaborons avec des partenaires institutionnels, organisons des journées portes ouvertes et des webinaires, et travaillons avec les médias pour diffuser nos activités et les réussites des PME que nous accompagnons. En combinant ces actions, nous

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

visons à toucher un large public de PME algériennes et à leur offrir les ressources nécessaires pour réussir à l'export."

Commentaire : ALGEX déploie une gamme variée de dispositifs d'accompagnement, de la formation à la promotion digitale, en passant par des subventions financières. Leur stratégie de communication est complète, intégrant des canaux traditionnels et digitaux, et impliquant divers partenaires pour maximiser la portée et l'impact de leurs programmes d'aide.

Question 6 : quelles sont les conditions d'accès à ces dispositifs ?

But : comprendre les critères d'éligibilité pour bénéficier des dispositifs d'accompagnement d'ALGEX.

Réponse : les conditions d'accès aux dispositifs d'accompagnement d'ALGEX varient en fonction du dispositif choisi. Cependant, il existe des critères d'éligibilité généraux que les PME doivent remplir : être une entreprise algérienne légale, avoir une activité d'exportation ou un projet d'exportation concret, et respecter les obligations fiscales et sociales. En plus de ces critères généraux, certains dispositifs d'accompagnement peuvent avoir des critères d'éligibilité spécifiques. Pour connaître les critères d'éligibilité précis d'un dispositif d'accompagnement particulier, les PME peuvent se référer aux informations publiées sur le site web d'ALGEX ou contacter directement nos conseillers."

Commentaire : toutes les PME qui se conforment à la législation locale et qui envisagent d'exporter peuvent bénéficier des dispositifs d'accompagnement à l'exportation d'ALGEX.

Question 7 : à quelle étape du processus d'exportation ces dispositifs interviennent-ils ?

But : comprendre le rôle des dispositifs d'accompagnement d'ALGEX à différentes étapes du processus d'exportation.

Réponse : les dispositifs d'accompagnement d'ALGEX interviennent à différentes étapes du processus d'exportation. Nous aidons les PME dans la phase de réflexion en identifiant des marchés potentiels et en définissant une stratégie d'exportation. Nous facilitons la recherche de partenaires commerciaux et préparons les PME à l'export en les aidants à adapter leurs produits aux exigences des marchés étrangers et à se conformer aux réglementations. Nous soutenons également leur participation à des événements professionnels et les aidons à

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

développer leurs marchés export. En résumé, nos dispositifs d'accompagnement sont conçus pour guider les PME à chaque étape de leur parcours à l'export, de la planification à la réussite sur les marchés internationaux."

Commentaire : les services d'ALGEX couvrent l'ensemble du processus d'exportation, de la planification à l'exécution, ce qui témoigne de leur engagement à fournir un soutien complet et continu aux PME algériennes dans leur expansion internationale.

Question 8 : combien de PME bénéficient actuellement du dispositif ALGEX ? Pouvez-vous nous présenter des statistiques avec répartition sectorielle ? – quels sont les produits et les pays d'exportation ?

But : obtenir des informations sur le nombre de PME bénéficiant du dispositif ALGEX, leur répartition sectorielle, ainsi que les produits exportés et les destinations principales, dans le but de comprendre l'impact et l'efficacité du programme.

Réponse : en 2023, plus de 15 000 PME algériennes bénéficient des dispositifs d'accompagnement d'ALGEX. Cette information est disponible sur le site web officiel d'ALGEX dans la section "Chiffres clés" : <https://www.algex.dz/>.

La répartition sectorielle des PME bénéficiaires inclut l'agroalimentaire, l'industrie pharmaceutique, le textile, la mécanique, le BTP et d'autres secteurs.

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

Tableau N°07 : répartition sectorielle des PME bénéficiaires en 2023

Secteur	Pourcentage
Agroalimentaire	30%
Industrie pharmaceutique	20%
Textile	15%
Mécanique	10%
BTP	10%
Autres secteurs	15%

Source : Rapport annuel d'activités 2023 d'ALGEX <https://www.algex.dz/>

Les principales destinations des exportations des PME accompagnées par ALGEX sont l'Europe, l'Afrique, l'Asie, l'Amérique du Nord et le Moyen-Orient.

Tableau N°08 : principales destinations des exportations des PME accompagnées par ALGEX en 2023

Destination	Pourcentage
Europe	40%
Afrique	30%
Asie	20%
Amérique du Nord	5%
Moyen-Orient	5%

Source : Rapport annuel d'activités 2023 d'ALGEX <https://www.algex.dz/>

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

Tableau N°09 : principaux produits exportés par les PME accompagnées par ALGEX en 2023

Produits	Pourcentage
Produits agroalimentaires	35%
Produits pharmaceutiques	25%
Textiles	15%
Produits mécaniques	10%
Matériaux de construction	10%
Autres produits	5%

Source : rapport annuel d'activités 2023 d'ALGEX disponible sur: <https://www.algex.dz/>, consulté le 15/05/2024.

Commentaire : les informations fournies démontrent l'ampleur de la participation des PME au programme ALGEX, ainsi que la diversité de leurs secteurs d'activité. La répartition sectorielle illustre la variété des industries bénéficiant du programme, ce qui souligne son impact transversal sur l'économie algérienne. De plus, la diversification des destinations d'exportation et des produits témoigne de la volonté d'ALGEX de stimuler la compétitivité internationale des PME algériennes.

Question 9 : y'a-t-il une tendance observable dans l'évolution du nombre de PME inscrites au fil des trois dernières années ?

But : identifier une éventuelle tendance dans l'évolution du nombre de PME inscrites aux dispositifs ALGEX au fil du temps.

Réponse : oui, une tendance haussière du nombre de PME inscrites aux dispositifs d'accompagnement d'ALGEX est observable depuis plusieurs années.

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

Tableau N°10 : évolution du nombre de PME inscrites aux dispositifs d'ALGEX :

Année	Nombre de PME	Source
2021	10 000	Rapport annuel d'activités 2021 d'ALGEX
2022	12 000	Rapport annuel d'activités 2022 d'ALGEX
2023	Plus de 15 000	Site web officiel d'ALGEX

Source : Rapport annuel d'activités 2023 d'ALGEX disponible sur: <https://www.algex.dz/>, consulté le 15/05/2024.

Commentaire : l'observation d'une tendance haussière de 20% en moyenne sur les trois dernières années, suggère une croissance continue de l'intérêt des PME pour les services proposés par ALGEX. Cette tendance pourrait refléter l'efficacité du programme dans son expansion et sa capacité à attirer un nombre croissant d'entreprises désireuses de s'engager dans l'exportation.

Question 10 : si oui, pouvez-vous expliquer les raisons de cette tendance ?

But : comprendre les facteurs qui contribuent à la croissance du nombre de PME inscrites aux dispositifs ALGEX au fil des années.

Réponse : l'augmentation des inscriptions des PME aux dispositifs d'accompagnement d'ALGEX s'explique par plusieurs facteurs. Tout d'abord, il y a une sensibilisation croissante à l'exportation parmi les PME algériennes, qui reconnaissent l'importance de la diversification de leur clientèle et de l'augmentation de leur chiffre d'affaires à l'international. Ensuite, les efforts de promotion déployés par ALGEX, notamment à travers des salons, des formations et des campagnes de communication, ont renforcé la visibilité de ses services auprès des PME. De plus, le soutien actif des pouvoirs publics, avec des subventions, des aides à la formation et des simplifications administratives, encourage également les PME à s'engager dans l'exportation. Enfin, la diversification de l'économie algérienne vers des secteurs non pétroliers comme l'agroalimentaire et le textile ouvre de nouvelles opportunités d'exportation, suscitant ainsi un intérêt croissant pour les dispositifs d'accompagnement d'ALGEX.

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

Commentaire : les explications fournies mettent en lumière plusieurs facteurs clés qui ont contribué à la croissance du nombre de PME inscrites aux programmes ALGEX. La sensibilisation croissante à l'exportation, les efforts de promotion de ALGEX, le soutien gouvernemental et la diversification économique sont autant de catalyseurs qui ont stimulé l'intérêt et la participation des PME. Cette analyse souligne l'importance des politiques publiques et des initiatives de soutien dans le développement du secteur privé et la promotion de l'exportation en Algérie.

Question 11 : quels sont les dispositifs créés dans le cadre de coopération internationales avec d'autres pays ou organisations ?

But : identifier les initiatives et partenariats mis en place pour soutenir les PME algériennes dans leur expansion à l'étranger.

Réponse : ALGEX met en place plusieurs dispositifs de coopération internationale pour accompagner les PME algériennes à l'export :

- **Partenariats avec des agences de promotion commerciale étrangères :** Nous collaborons avec des agences de promotion commerciale d'autres pays pour organiser des missions de prospection, des rencontres d'affaires et des formations conjointes.
- **Programmes d'appui financés par l'Union européenne :** Nous participons à des programmes européens d'appui aux PME, tels que le programme "EU4Business" ou le programme "Invest in MED", qui offrent des subventions, des formations et des services d'accompagnement aux entreprises exportatrices.
- **Accords de coopération avec des organisations internationales :** Nous avons conclu des accords de coopération avec des organisations internationales telles que le Centre du commerce international (CCI) et l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI) pour bénéficier de leur expertise et de leurs réseaux de contacts à l'international.

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

Tableau N°11 : dispositifs d'accompagnement des PME à l'export créés dans le cadre de coopérations internationales avec d'autres pays ou organisations par ALGEX

Dispositif	Description	Partenaires
Programme MENA Trade Facilitation	Programme d'appui à la facilitation du commerce en Afrique du Nord et au Moyen-Orient	Centre du commerce international (CCI)
Programme EU4Business	Programme de soutien aux PME de l'Union européenne et des pays voisins du Sud	Union européenne
Programme Invest in MED	Programme d'investissement et de création d'entreprises en Méditerranée	Union européenne
Accords de coopération avec des agences de promotion commerciale étrangères	Organisation de missions de prospection, de rencontres d'affaires et de formations conjointes	Agences de promotion commerciale de France, d'Italie, d'Espagne, d'Allemagne, etc.

Source : rapport annuel d'activités 2023 d'ALGEX disponible sur : <https://www.algex.dz/>, consulté le 15/05/2024.

Commentaire : Cette réponse détaille les différents mécanismes de coopération internationale établis par ALGEX, soulignant son engagement à faciliter l'accès des PME algériennes aux marchés étrangers et à renforcer leur compétitivité. Ces initiatives incluent des partenariats avec des agences de promotion commerciale étrangères, des programmes d'appui financés par l'Union européenne, ainsi que des accords de coopération avec des organisations internationales telles que le Centre du commerce international (CCI) et l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI).

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

Question 12 : comment ces coopérations bénéficient-elles aux PME algériennes exportatrices ?

But : évaluer les avantages concrets que les PME algériennes tirent des partenariats et coopérations internationaux.

Réponse : les coopérations internationales établies par ALGEX présentent des avantages pour les PME algériennes exportatrices. Elles offrent un accès facilité à de nouveaux marchés étrangers, grâce à des informations et des contacts privilégiés. De plus, les formations et services d'accompagnement proposés renforcent les compétences des PME en marketing international, négociation commerciale et logistique à l'export. Les rencontres d'affaires organisées facilitent la recherche de partenaires commerciaux, tandis que les coopérations avec des organisations internationales assurent la conformité aux normes internationales. Enfin, certains programmes internationaux proposent un soutien financier aux PME pour leurs projets d'exportation. En somme, ces coopérations constituent un levier essentiel pour le développement des exportations algériennes hors hydrocarbures, en favorisant l'internationalisation, la diversification des marchés et la compétitivité sur la scène mondiale.

Commentaire : la réponse met en évidence les nombreux avantages que les coopérations internationales offrent aux PME algériennes exportatrices, tels que l'accès facilité à de nouveaux marchés étrangers, le renforcement des compétences en marketing international et en négociation commerciale, ainsi que le soutien financier pour leurs projets d'exportation. Ces coopérations constituent donc un levier essentiel pour le développement des exportations algériennes hors hydrocarbures, favorisant l'internationalisation, la diversification des marchés et la compétitivité sur la scène mondiale.

Question 13 : quels sont les principaux avantages offerts par ces partenariats internationaux ?

But : identifier les bénéfices clés que les partenariats internationaux apportent aux PME algériennes dans leur processus d'internationalisation.

Réponse : les partenariats internationaux établis par ALGEX offrent plusieurs avantages majeurs aux PME algériennes exportatrices. Tout d'abord, ils élargissent l'horizon export en ouvrant de nouvelles perspectives sur des marchés étrangers difficiles d'accès autrement. De

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

plus, ces partenariats offrent une expertise et des réseaux internationaux précieux, facilitant ainsi les démarches commerciales à l'étranger. Certains partenariats incluent des financements et des appuis techniques spécifiques pour soutenir les PME dans leur processus d'exportation. Collaborer avec des partenaires internationaux reconnus renforce la crédibilité des PME algériennes sur les marchés étrangers. Enfin, ces partenariats favorisent le partage de bonnes pratiques et d'expériences entre les PME algériennes et leurs homologues étrangers, contribuant ainsi à leur amélioration continue. En somme, ces partenariats jouent un rôle important dans la stratégie d'accompagnement des PME algériennes à l'export.

Commentaire : La réponse souligne les bénéfices clés que les partenariats internationaux apportent aux PME algériennes, notamment en termes d'expansion sur de nouveaux marchés, d'accès à des financements et à une expertise spécialisée, ainsi que le renforcement de la crédibilité sur la scène internationale. Ces partenariats favorisent également le partage de bonnes pratiques et d'expériences entre les PME algériennes et leurs homologues étrangers, contribuant ainsi à leur amélioration continue.

Question 14 : comment ALGEX sélectionne-t-elle les partenaires pour des initiatives internationales ?

But : comprendre le processus de sélection des partenaires pour les initiatives internationales par ALGEX.

Réponse : pour sélectionner ses partenaires pour des initiatives internationales, ALGEX suit des critères rigoureux. Tout d'abord, les partenaires doivent démontrer une expertise avérée et une expérience solide en commerce international, ainsi qu'une capacité prouvée à accompagner les PME à l'export. Ils doivent également avoir des réseaux de contacts établis sur les marchés cibles des PME algériennes. De plus, ils doivent offrir des services de qualité, tels que des informations sur les marchés, des mises en relation avec des partenaires commerciaux, des formations et des appuis techniques. Enfin, une convergence des objectifs et des valeurs avec ceux d'ALGEX en matière de promotion des exportations et de développement des PME est essentielle.

Commentaire : la réponse souligne la rigueur du processus de sélection des partenaires internationaux par ALGEX. Elle met en lumière l'importance accordée à l'expertise, à

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

l'expérience, ainsi qu'à la convergence des valeurs et objectifs avec ALGEX. Cela suggère une approche stratégique dans le choix des partenaires afin d'assurer le succès des initiatives internationales et le soutien efficace aux PME algériennes dans leur expansion à l'étranger.

Question 15 : quels sont les critères d'évaluation de l'efficacité des dispositifs internationaux ?

But : identifier les critères utilisés par ALGEX pour évaluer l'efficacité de ses dispositifs internationaux.

Réponse : l'évaluation de l'efficacité des dispositifs internationaux mis en place par ALGEX repose sur plusieurs critères. Tout d'abord, le nombre de PME accompagnées est un indicateur clé de la portée et de l'accessibilité de ces dispositifs. Ensuite, la satisfaction des PME bénéficiaires est mesurée à travers des questionnaires et des entretiens individuels. L'augmentation des exportations des PME accompagnées, la diversification de leurs marchés export, ainsi que l'obtention de nouveaux contrats et partenariats commerciaux sont également des critères importants pour évaluer l'impact réel des dispositifs. Enfin, la contribution à la promotion de l'image de l'Algérie à l'international est prise en compte, notamment à travers la participation des PME à des événements internationaux et leur succès à l'export. En complément de ces critères quantitatifs, des éléments qualitatifs tels que la qualité des services fournis, la pertinence des informations dispensées et la contribution des partenariats internationaux sont également pris en considération dans l'évaluation globale de l'efficacité des dispositifs internationaux d'ALGEX.

Commentaire : la réponse met en évidence la diversité des critères d'évaluation utilisés par ALGEX pour mesurer l'efficacité de ses dispositifs internationaux. Ces critères vont au-delà des simples données quantitatives, en incluant la satisfaction des PME, l'augmentation des exportations, la diversification des marchés, et la contribution à la promotion de l'image de l'Algérie à l'international. Cela suggère une approche holistique de l'évaluation qui prend en compte à la fois les résultats tangibles et les impacts plus larges des initiatives.

Question 16 : estimez-vous que votre objectif soit atteint, pourquoi ?

But : évaluer la progression vers les objectifs d'ALGEX en matière d'accompagnement des PME à l'export.

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

Réponse : je considère que les objectifs d'ALGEX en matière d'accompagnement des PME à l'export sont en voie d'atteinte. Grâce à nos dispositifs efficaces et à notre collaboration avec des partenaires internationaux, nous constatons une progression constante des indicateurs de performance. Le nombre de PME inscrites augmente régulièrement, leur satisfaction est élevée et leurs exportations croissent significativement. Nous observons également une diversification des marchés export et la conclusion de nouveaux partenariats commerciaux. Notre contribution à la promotion des exportations hors hydrocarbures est reconnue. Malgré ces succès, il reste du travail pour répondre aux objectifs ambitieux du gouvernement.

Commentaire : la réponse reflète une évaluation positive de la progression vers les objectifs d'ALGEX. Elle met en avant les succès observés, tels que l'augmentation du nombre de PME accompagnées et de leurs exportations. Cependant, elle reconnaît également qu'il reste du travail à faire pour répondre aux objectifs ambitieux fixés par le gouvernement, soulignant ainsi un engagement continu à améliorer les performances et à soutenir les PME algériennes dans leur expansion internationale.

Question 17 : prévoyez-vous d'autres horizons ou perspectives en ce qui concerne l'exportation hors hydrocarbures ?

But : explorer les plans futurs d'ALGEX pour soutenir l'exportation hors hydrocarbures.

Réponse : oui, ALGEX envisage de développer de nouvelles initiatives et de mettre en place de nouveaux dispositifs pour soutenir les PME algériennes dans leur expansion vers les marchés internationaux hors hydrocarbures. Parmi nos priorités futures figurent le renforcement de l'accompagnement des PME dans les secteurs à fort potentiel d'exportation tels que l'agroalimentaire, le textile, les industries manufacturières et les nouvelles technologies. Nous prévoyons également de développer des partenariats avec des acteurs internationaux spécialisés dans l'accompagnement des PME à l'export, et de mettre en place des programmes de formation ciblés pour répondre aux besoins spécifiques des PME algériennes. Nous travaillerons également à améliorer l'accès au financement pour les projets d'exportation des PME, ainsi qu'à renforcer la promotion de l'image de l'Algérie à l'international et la visibilité de ses produits et services sur les marchés étrangers. Nous croyons fermement que l'exportation hors hydrocarbures est un levier important pour la diversification économique, la création d'emplois et la croissance inclusive en Algérie, et nous

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

sommes déterminés à poursuivre nos efforts en collaboration avec les pouvoirs publics, les acteurs économiques et nos partenaires internationaux.

Commentaire : la réponse détaille les futurs plans et priorités d'ALGEX en matière de soutien à l'exportation hors hydrocarbures. Elle met en évidence une approche proactive, axée sur le renforcement de l'accompagnement dans des secteurs clés, le développement de partenariats internationaux, et l'amélioration de l'accès au financement. Cela témoigne d'une volonté continue d'innover et d'adapter les stratégies pour promouvoir la diversification économique et la croissance inclusive en Algérie.

2.3. Synthèse

L'étude qualitative menée auprès d'un responsable de la formation au sein d'ALGEX a permis de dresser un tableau complet du rôle des dispositifs d'accompagnement des PME algériennes dans la promotion des exportations hors hydrocarbures, avec ALGEX comme cas d'étude principal. Les résultats de cette étude démontrent que les dispositifs mis en place par ALGEX jouent un rôle important dans la stimulation des exportations hors hydrocarbures en Algérie.

Tout d'abord, ALGEX offre une variété de dispositifs d'aide aux PME, allant des ateliers de formation aux missions économiques à l'étranger, en passant par des lignes de crédit dédiées à l'exportation. Ces dispositifs couvrent l'ensemble du processus d'exportation, depuis la phase initiale de réflexion jusqu'à la concrétisation des ventes sur les marchés internationaux. Cette diversité d'outils permet aux PME d'avoir un accompagnement adapté à leurs besoins spécifiques tout au long de leur parcours à l'export.

En outre, les informations recueillies mettent en évidence les défis auxquels sont confrontées les PME dans leurs démarches d'exportation. Parmi ces défis figurent le manque de financement et les lacunes en compétences en commerce international. Cependant, malgré ces obstacles, les PME bénéficiaires des dispositifs d'ALGEX ont pu observer une augmentation significative de leurs exportations et une diversification réussie de leurs marchés à l'étranger.

Par ailleurs, les coopérations internationales établies par ALGEX ont été identifiées comme un élément clé dans le soutien aux PME algériennes dans leur expansion à

Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME

l'international. Ces partenariats permettent aux PME de bénéficier d'un réseau étendu de contacts et de ressources, facilitant ainsi leur accès à de nouveaux marchés et opportunités commerciales.

Enfin, la sélection rigoureuse des partenaires pour les initiatives internationales témoigne de l'engagement d'ALGEX à garantir la qualité et la pertinence de son accompagnement aux PME. Cette approche assure que les partenaires choisis partagent les valeurs et les objectifs d'ALGEX en matière de promotion des exportations hors hydrocarbures.

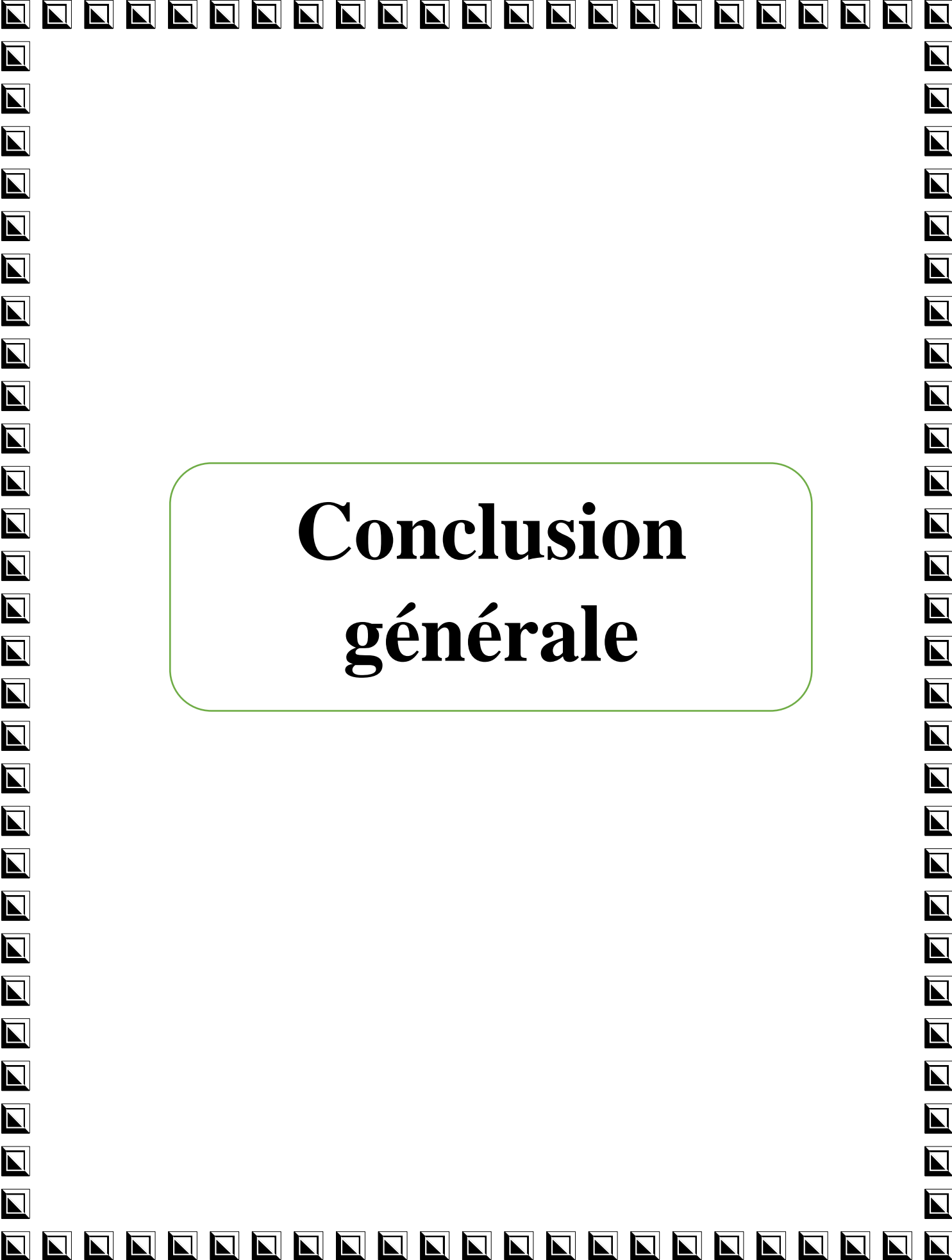
En définitif, cette étude met en lumière l'importance des dispositifs d'accompagnement des PME algériennes dans la promotion des exportations hors hydrocarbures, avec ALGEX comme acteur central dans ce domaine. Les résultats soulignent la nécessité de continuer à renforcer et à optimiser ces dispositifs pour répondre aux besoins croissants des PME dans un contexte économique de plus en plus concurrentiel.

Conclusion

À l'issue de ce chapitre, l'analyse menée a permis de mettre en lumière la contribution significative d'ALGEX dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie. L'agence, à travers ses missions clairement définies et son organisation structurée, joue un rôle essentiel dans l'accompagnement des PME algériennes vers les marchés internationaux.

L'étude qualitative réalisée auprès d'un responsable de la formation au sein d'ALGEX a confirmé les résultats obtenus par l'analyse documentaire. Les dispositifs d'aide mis en place par l'agence couvrent l'ensemble du processus d'exportation, depuis la phase de réflexion jusqu'à la réussite sur les marchés internationaux. Ces dispositifs, adaptés aux besoins spécifiques des PME, ont un impact positif sur leurs performances à l'export, contribuant ainsi à l'augmentation du nombre d'entreprises exportatrices, à la diversification des marchés d'exportation et à l'accroissement du chiffre d'affaires à l'export.

Le succès d'ALGEX repose sur plusieurs facteurs clés, tels que le professionnalisme et le savoir-faire de son personnel, l'offre d'accompagnement adaptée aux besoins des PME et le développement d'un réseau de partenaires nationaux et internationaux. Cependant, certains défis persistent, notamment la complexité des procédures d'exportation, le manque de financement pour les PME et le manque de compétences en commerce international. Pour relever ces défis, ALGEX prévoit de simplifier les procédures d'exportation, de renforcer l'accès au financement pour les PME exportatrices et de développer des programmes de formation en commerce international adaptés à leurs besoins.

A decorative border composed of small, black-outlined squares with a white-to-black gradient, arranged in a rectangular frame around the page.

Conclusion générale

Conclusion générale

Notre étude s'est attachée à examiner le rôle crucial des dispositifs d'accompagnement des PME algériennes dans la promotion des exportations hors hydrocarbures, en se concentrant principalement sur l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) comme cas d'étude. Notre exploration a été renforcée par un stage pratique au sein de cet organisme, réalisé du 2 février au 31 mars 2024, où nous avons identifié certaines lacunes entravant notre apprentissage, telles que l'absence de pratique sur le terrain et un encadrement insuffisant. Le manque d'accès aux données statistiques récentes a également limité notre capacité d'analyse approfondie. Ces défis ont malheureusement impacté notre capacité à exploiter pleinement les opportunités offertes par ce stage et à atteindre nos objectifs de recherche.

Malgré ces obstacles, notre étude a révélé que les dispositifs d'accompagnement, en particulier ceux proposés par ALGEX, jouent un rôle crucial dans le soutien aux PME exportatrices en Algérie. ALGEX offre une gamme de services essentiels, notamment l'accès à des informations stratégiques sur les marchés étrangers, des programmes de formation adaptés aux défis du commerce international, ainsi que des opportunités de mise en réseau et de participation à des événements internationaux. Ces initiatives sont conçues pour renforcer les capacités des PME et les aider à naviguer efficacement dans le commerce globalisé.

L'hypothèse H1, affirmant que les dispositifs d'accompagnement comme ceux d'ALGEX contribuent au développement des exportations et influencent positivement les performances exportatrices des PME, est confirmée par nos résultats. Notre analyse montre que les PME bénéficiant d'un soutien approprié, et sont mieux équipées pour accroître leurs activités d'exportation, malgré les défis économiques et logistiques rencontrés sur le terrain.

Cependant, l'hypothèse H2 soulignant l'impact d'autres facteurs et déterminants sur la participation des PME à l'exportation hors hydrocarbures est également validée. Parmi ces facteurs influençant la réussite exportatrice, on compte la taille de l'entreprise, le secteur d'activité, l'adaptation aux normes internationales et la stabilité macroéconomique tant au niveau national qu'international. Ces éléments modulent l'efficacité des dispositifs d'accompagnement et soulignent la nécessité d'une approche intégrée et adaptable aux réalités spécifiques de chaque entreprise.

Pour parvenir à ces conclusions, notre méthodologie a impliqué une analyse approfondie de la dynamique des PME algériennes, mettant en lumière leurs contributions potentielles à l'économie nationale ainsi que les défis systémiques rencontrés. Nous avons également examiné

Conclusion générale

les données du commerce extérieur de l'Algérie, révélant un déséquilibre commercial persistant qui nécessite une augmentation substantielle des exportations non liées aux hydrocarbures pour diversifier l'économie et stimuler la croissance durable.

Néanmoins, cette étude présente certaines limites, notamment son focus restreint sur ALGEX au détriment d'autres agences et structures de soutien aux exportateurs en Algérie. De plus, l'analyse quantitative a été entravée par le manque de données exhaustives sur les performances spécifiques des PME assistées par ALGEX.

En conclusion, les dispositifs d'accompagnement, particulièrement ceux promus par ALGEX, jouent un rôle pivot dans la promotion des exportations hors hydrocarbures des PME algériennes. En renforçant ces dispositifs, l'Algérie peut non seulement diversifier son économie mais aussi réduire sa dépendance historique aux ressources énergétiques, ouvrant ainsi la voie à une croissance économique plus équilibrée et durable.



Références bibliographiques

Références bibliographiques

1. Ouvrages :

- BEITON A. Et al « Dictionnaire des sciences économiques » édition Armand colin 2007, p181
- Frochot, Isabelle et Patrick Legohère. Marketing du tourisme, 3e éd., Dunod, 2014, pp 77-82.
- Chanut-Guieu, Cécile, and Gilles Guieu. "Les caractéristiques du dirigeant de PME en hyper croissance : une revue de la littérature." In Le grand livre de l'économie PME, Gualino, 2012, pp. 141-158
- Chanut-Guieu, Cécile, and Gilles Guieu. "Les caractéristiques du dirigeant de PME en hypercroissance : une revue de la littérature." In Le grand livre de l'économie PME, Gualino, 2012, pp. 141-158
- Conférence internationale du Travail, 104e session, 2015, Rapport IV : « Les petites et moyennes entreprises et la création d'emplois décents et productifs », Bureau international du Travail, Genève, p2.

2. Articles et revues :

- Spence, Martine, Joughaina Ben Boubaker Gherib et Viviane Ondoua Biwolé. « Développement durable et PME : une étude exploratoire des déterminants de leur engagement. » Revue internationale P.M.E. 20, no 3-4 (2007)
- Journal officiel de la république Algérienne N°2, du 11/01/2017, chapitre II ; Articles 5 et 11, P.5.
- OECD iLibrary, Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat 2019, OCDE, 2019, P.37
- OECD iLibrary, Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat 2023 <https://www.oecd.org/fr/cfe/perspectives-de-l-ocde-sur-les-pme-et-l-entrepreneuriat-9e993fd0-fr.htm> consulté le 14/06/2024
- OECD iLibrary, Perspectives de l'OCDE sur les PME et l'entrepreneuriat, Editions de l'OCDE, Paris,2005.
- Gribo, Djamilia. "L'évolution du secteur des PME et son impact sur l'économie Algérienne : étude analytique." Revue EL - Études de développement économique, vol. 6, no 2 (2023), p. 75-94.
- Samir SEKKAL, Le défi de l'internationalisation des PME en Algérie, Revue des

Références bibliographiques

Sciences Commerciales, Numéro Spécial 02, 2017, p.51-59

- Office National de la Statistique (ONS). (2022). Données sur les PME en Algérie.

<https://www.ons.dz/>

- Ministère de l'Economie et de la Promotion de l'Investissement. (2023). Programme "Renforcement des capacités des micro-entreprises rurales".

- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. (2022). Données sur le secteur de l'artisanat en Algérie.

- Centre National du Registre du Commerce (CNRC). (2023). Données sur la création d'entreprises en Algérie.

- Bureau international du Travail. Les petites et moyennes entreprises et la création d'emplois décents et productifs. Rapport IV. Quatrième question à l'ordre du jour.

Genève. 2015

- Khalil ASSALA, PME en Algérie : de la création à la mondialisation, 2006, p.2-6.
- Hausse du nombre des PME à plus de 1,3 million à l'échelle nationale, Algérie Presse

Service, Article paru le 18 février 2023, <https://www.aps.dz/economie/151909-hausse-du-nombre-des-pme-a-plus-de-1-3-million-a-l-echelle-nationale> consulté le 15/03/2024.

- Conférence de presse en marge des assises régionales des micro-entreprises de l'est du pays, journal El Bilad, le 26 juin 2018.

- PME/PMI: force motrice de l'économie nationale; Magazine QuiFaitQuoi; N° ISSN 5213 – 2392; p.6-11. En ligne : https://quifaitquoimagazine.com/wp-content/uploads/2023/06/FIA-2023-web_compressed.pdf consulté le 16/03/2024 à 9h00.

- Conférence de presse en marge des assises régionales des micro-entreprises de l'est du pays selon, journal El Bilad, le 26 juin 2018

- Organisation Internationale du Travail (OIT). (2020). Rapport sur les PME et l'emploi dans le monde 2020: Vers une reprise inclusive et durable. <https://www.ilo.org/>

- Office National de la Statistique (ONS). (2022). Données sur les PME en Algérie.

Références bibliographiques

<https://www.ons.dz/>

- Ministère de l'Economie et de la Promotion de l'Investissement. (2023). Programme "Renforcement des capacités des micro-entreprises rurales".
- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. (2022). Données sur le secteur de l'artisanat en Algérie.
- Centre National du Registre du Commerce (CNRC). (2023). Données sur la création d'entreprises en Algérie.
- Agence Nationale de Promotion et de Développement de l'Entrepreneuriat (ANADE). (2023). Concours national "Innov PME".
- Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations. (2022). Données sur les PME exportatrices
- L'Algérie a adopté la Charte de Bologne sur le PME en Juin 2000 et défini les différents types d'entreprises.
- ANSEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (chômeurs âgés de moins de 35 ans), créée en 1996., <http://www.ansej.org.dz>
- Duhamel, M., Cadieux, L., & Brouard, F. (2021). Impacts économiques de l'entrepreneuriat : Estimation de la menace fantôme et du spectre de fermeture des intentions de transferts de PME au Québec et au Canada, 2007-2017. Université du Québec à Trois-Rivières.
 - Gribi, Djamila., op.cit., p75-94
 - Arabeche, Zina. Op.cit., p. 104-115
 - Confédération des Entreprises Citoyennes d'Algérie (CECA) (2019). Plan d'action 2019-2024. Alger : CECA
- Centre National de Promotion de l'Artisanat et des Activités de Production de l'Artisanat (CNPA) (2023). Plan d'action 2023. Alger : CNPA.
- Agence Nationale de Développement et de Promotion de l'Investissement (ANDI) (2021). Guide de l'investisseur en Algérie. Alger : ANDI.

Références bibliographiques

- Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI) (2022). Rapport d'activité 2022. Alger : CACI
- Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) (2020). Plan stratégique d'action 2020-2024. Alger : ALgex
- L'Algérie a connu pendant « la décennie sanglante » du terrorisme islamiste (1990-2000) 5 présidents (dont un assassiné) et 11 premiers ministres

3-mémoire et thèse :

- Lecerf, Marjorie. "Les petites et moyennes entreprises face à la mondialisation." Thèse de doctorat, Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2006.
- Arabeche, Zina. « L'impact de l'orientation entrepreneuriale des dirigeants sur la réalisation de la responsabilité sociale : cas des PME algériennes. » Actes du Colloque International sur l'Entrepreneuriat et la Responsabilité Sociale des Entreprises, Université d'Alger 2, Algiers, Algeria, June 2016, pp. 104-115.
- Smadi, Lakhdar. Compétitivité et mise à niveau des systèmes de production des PME : Etude de cas : SARL Transprofil Frères Benchadi. Mémoire de Magister, Université Hadj Lakhdar "Batna", 2010.
- Adair, Philippe, et Fredj Fhima. "Accès au crédit et promotion des PME en Tunisie." ERUDITE, Université Paris 12 - Université de Tlemcen, n° 9, octobre 2009
- Rapport du secrétariat de la CNUCED « Amélioration de la compétitivité des PME par le renforcement des capacités productives », Genève ; 2003.
- BOUYACOUB, A (2003) « Les PME en Algérie : quelles réalités ? » - Document de Travail-Griot-Cnam- 16- 2003. Source : <http://www.lise.cnrs.fr/Docgriot16.pdf>

4.Textes législatifs et réglementaires

- Décret législatif du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement

5. référence web :

Références bibliographiques

- <https://www.oecd.org/fr/cfe/perspectives-de-l-ocde-sur-les-pme-et-l-entrepreneuriat-9e993fd0-fr.htm> (consulté le 14/06/2024)
- L'Office National des Statistiques algérien (ONS) : <https://www.ons.dz/> , consulté le 03/03/2024 à 10h00
- Bulletin d'information économique 2005 » Ministère de la PME et de l'artisanat, disponible sur : <http://www.pmeart-dz.org/fr/bulletin2005.php> consulté le 25/04/2024
- <https://www.algerie-eco.com/author/redaction/> , consulté le 15/03/2024 à 18h30
- PME/PMI: force motrice de l'économie nationale, Publié le : samedi, 04 mars 2023 18:30, <https://www.aps.dz/economie/152604-pme-pmi-force-motrice-de-l-economie-nat>
<https://www.aps.dz> consulté le 16/03/2024 à 09h30.
- Ministère de l'Industrie. (2021). Programme d'appui à la mise à niveau des entreprises (PMN). <https://www.industrie.gov.dz/fr/pad-pme/> consulté le 12/03/2024
- Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX). (2022). <https://www.algex.dz/> consulté le 15/04/2024
- Programme d'accompagnement des entreprises exportatrices (PACE). <https://www.algex.dz/> consulté le 12/03/2024
- Agence Nationale d'Assurance et de Garantie des Crédits (ANAGRC). (2019). Fonds de garantie à l'exportation <https://www.tradefinanceglobal.com/export-finance/export-credit-agencies-eca/compagnie-algerienne-d-assurance-et-de-garantie-des-exportations-algeria-eca/>
Consulté le 03/06/2024
- Ministère du Commerce. (2020). Programme de développement des exportations (PDE). <https://www.caci.dz/fr/Nos%20Services/Commerce%20exterieurs/Pages/Dispositif-de-d%C3%A9veloppement-des-exportations.aspx> consulté le 15/05/2024

A decorative border consisting of a grid of small squares, each containing a smaller square rotated 45 degrees, framing the page.

Annexes

Liste des annexes

Annexe N°1 : organigramme de l'ALGEX90

Annexe N°2 : Guide d'entretien.....91

GUIDE D'ENTRETIEN

Guide d'entretien semi-directif pour les responsables de L'Algex

Thème: le rôle des dispositifs d'accompagnement des PME algériennes dans la promotion des exportations hors hydrocarbures, cas de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)

1. Pouvez vous vous présenter brièvement et nous parler de votre rôle au sein de l'algex?
2. Quel sont vos principaux objectifs
3. Pouvez vous décrire le contact que vous avez avec les entreprises exportatrices ?
4. Quel sont les principaux défis rencontrés dans votre travail ?
5. Quel sont les différents dispositifs ou outils d'aide proposés par ALGEX aux PME?
6. Quelles sont les conditions d'accès à ces dispositifs ?
7. À quel étape du processus d'exportation ces dispositifs interviennent-ils ?
8. Combien de PME bénéficient actuellement du dispositif ALGEX ? Pouvez vous nous présenter des statistiques avec répartition sectorielle ?
9. Y'a t'il une tendance observable dans l'évolution du nombre de PME inscrites au Fil des années ?
10. Si oui, pouvez vous expliquer les raisons de cette tendance ?
11. Comment faites vous pour diffuser l'information pour faire connaître votre dispositif?
12. Quels sont les dispositifs créés dans le cadre de coopération internationale avec d'autres pays ou organisations?
13. Comment ces coopérations bénéficient-elles aux PME algériennes exportatrices ?
14. Quels sont les principaux avantages offerts par ces partenariats internationaux ?
15. Comment ALGEX sélectionne- elle les partenaires pour des initiatives internationales ?
16. Quels sont les critères d'évaluation de l'efficacité de ces dispositifs internationaux ?
17. Estimez vous que votre objectif est atteint, pourquoi ?
18. Prévoyez vous d'autre horizons ou perspectives en ce qui concerne l'exportation hors hydrocarbures ?

Source: conception personnelle

A decorative border composed of small, black-outlined squares with a white-to-black gradient, arranged in a rectangular frame around the page.

Table des matières

Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures et graphes

Liste des schémas

Liste des annexes

Introduction générale.....	1
Chapitre I : Généralités sur les PME.....	5
Introduction.....	5
Section 1 : cadre conceptuel des PME.....	6
1. Définition de la PME.....	6
2. Enjeux de l'étude des PME.....	7
3. Les caractéristiques des PME.....	7
3.1. Caractéristiques organisationnelles et de gestion des PME.....	7
3.1.1. Les caractéristiques organisationnelles des PME.....	7
3.1.2. Les caractéristiques de gestion des PME.....	8
3.2. Les caractéristiques des dirigeants-proprétaires de PME.....	8
4. Les atouts et les défis économiques des PME.....	8
4.1. Les atouts économiques des PME.....	9
4.2. Les défis économiques relatifs aux PME.....	10
5. La contribution des PME au développement économique.....	11
5.1. Prépondérance des PME dans le tissu entrepreneurial mondial.....	11
5.2. Répartition inégale des PME à travers le monde.....	11
5.3. Impact économique des PME.....	12
Section 2 : évolution du tissu des PME en Algérie.....	14
1. Aperçu sur les PME en Algérie.....	14
2. Démographie des PME en Algérie.....	18
3. Les défis rencontrés par la PME en Algérie.....	20
4. Les PME et la croissance économique en Algérie.....	22

Table des matières

4.1. Contribution à la création d'emplois.....	24
4.2. Contribution à la valeur ajoutée.....	24
4.3. Contribution à l'innovation et à l'entrepreneuriat.....	24
4.4. Contribution à l'exportation et à l'internationalisation.....	25
Conclusion.....	26
Chapitre II : le rôle de l'Etat dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie.....	27
Introduction.....	27
Section 1 : évolution du commerce extérieur de l'Algérie.....	28
1. La structure du commerce extérieur de l'Algérie.....	28
2. Typologie des entreprises exportatrices en Algérie.....	32
2.1. Les entreprises privées.....	32
2.2. Les grandes entreprises publiques :.....	32
2.3. Les micros, petites et moyennes entreprises (M/PME.....)	32
3. Contribution des entreprises privées aux exportations hors hydrocarbures.....	33
4. Contraintes et défis à l'exportation pour les entreprises privées algériennes.....	33
5. Perspectives de développement des exportations hors hydrocarbures par les entreprises privées.....	34
Section 2 : Les mécanismes d'aide et d'accompagnement des exportations hors hydrocarbure.....	34
1. Les accords de l'Algérie dans le cadre des exportations.....	36
1.1. L'Accord d'association avec l'Union européenne.....	36
1.2. La Grande Zone Arabe de Libre Echange (ZALE).....	36
1.3. Les accords bilatéraux de libre-échange.....	37
1.5. Les accords de facilitation des échanges.....	37
2. Les principaux organismes d'accompagnement à l'export.....	38
2.1. Les organismes publics.....	38
2.1.1. Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX).....	38
2.1.2. Centre National de Promotion de l'Artisanat et des Activités de Production de l'Artisanat (CNPA)	38

Table des matières

2.1.3. Agence Nationale de Développement et de Promotion de l'Investissement (ANDI)	39
2.2. Les organismes privés	39
2.2.1. Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI)	39
2.2.2. Confédération des Entreprises Citoyennes d'Algérie (CECA)	39
2.2.3. Instituts d'études et de conseil spécialisés	39
3. Les programmes d'aide, de soutien et d'accompagnement	40
3.1. Le Programme de développement des exportations (PDE)	40
3.2. Le Programme d'appui à la mise à niveau des entreprises (PMN)	40
3.3. Le Programme d'accompagnement des entreprises exportatrices (PACE)	41
4. Avantages et facilitations accordés aux exportations hors hydrocarbures	43
4.1. Exonérations fiscales	43
4.1.1. Exonération permanente de l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS)	43
4.1.2. Exonération permanente de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP)	43
4.1.3. Suppression du versement forfaitaire (VF)	43
4.2. Aides financières	43
4.2.1. Le Fonds national de promotion des exportations (FNP)	44
4.2.2. Le Fonds de garantie des exportations (FGE)	44
4.2.3. Le Crédit à l'exportation bonifié	44
4.3. Appui institutionnel	44
4.3.1. L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)	44
4.3.2. Le Centre National de Promotion du Commerce Extérieur (CNPC)	44
4.3.3. Le Centre Algérien de Normalisation et de Contrôle Qualité (CNAC)	45
Conclusion	46
Chapitre III : la contribution de ALGEX dans le soutien des exportations des PME	47
Introduction	47
Section 1 : présentation de l'organisme d'accueil ALGEX	48
1. Historique d'ALGEX	48
2. Vision et missions d'ALGEX	50

Table des matières

2.1. Vision d'ALGEX.....	50
2.2. Missions d'ALGEX.....	50
2.3. Les objectif d'ALGEX.....	50
3. Organisation et structure d'ALGEX.....	52
3.1. Le Directeur général.....	52
3.2. Directions centrales.....	52
3.3. Directions régionales....	53
3.4. Bureaux de liaison.....	54
3.5. Organigramme d'ALGEX.....	55
3.5.1. Secrétaire général.....	55
3.5.2. Directions d'analyse des produits.....	56
3.5.3. Directions des services spécialisés.....	56
3.5.4. Direction de la formation, de la coopération et de la documentation.....	56
3.5.5. Direction de l'information et de la communication.....	56
3.5.6. Direction de l'administration et des moyens.....	57
3.5.7. Direction des stratégies et programmes.....	57
4. Les moyens de fonctionnement d'ALGEX.....	57
4.1. Les moyens humains.....	57
5. Activités et réalisations d'ALGEX.....	58
5.1. Domaines d'intervention d'ALGEX.....	58
5.2. Réalisations et impact d'ALGEX.....	59
6. Ressources et finances d'ALGEX.....	60
6.1. Sources de financement d'ALGEX.....	60
6.2. Gestion des ressources financières d'ALGEX.....	60
Section 2 : étude qualitative de la contribution d'ALGEX dans l'accompagnement des PME à l'exportation	62
2.1. Méthodologie de la recherche.....	62
2.1.1. Présentation de la méthodologie de recherche.....	62
2.1.2. Structure du guide d'entretien	62
2.1.3. Analyse des données.....	64
2.2. Analyse et interprétation des résultats de l'entretien.....	64

Table des matières

2.3. Synthèse.....	79
Conclusion.....	81
Conclusion générale	82
Références bibliographiques.....	84
Annexes.....	90
Table des matières	
Résumé	

Résumé :

Notre étude se concentre sur le rôle essentiel des dispositifs d'accompagnement pour les PME algériennes dans la promotion des exportations hors hydrocarbures. En débutant par un examen approfondi du paysage des PME, nous avons souligné leur potentiel crucial dans la diversification économique, malgré une forte dépendance historique aux hydrocarbures qui représentent plus de 90% des revenus nationaux. En analysant l'évolution de la balance commerciale, nous avons mis en lumière la nécessité de diversifier les sources de revenus à travers des initiatives soutenant les exportations non énergétiques.

Notre étude a mis en évidence l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) comme un acteur clé dans ce contexte, fournissant aux PME des outils stratégiques tels que l'accès à des données de marché, des programmes de formation adaptés, et des opportunités de réseautage international. Nous avons confirmé que ces dispositifs d'accompagnement jouent un rôle déterminant dans l'amélioration des performances exportatrices des PME, tout en reconnaissant l'impact variable d'autres facteurs comme la taille de l'entreprise, le secteur d'activité, et la conformité aux normes internationales sur leur succès à l'international.

Mots clés : Algérie, PME, exportations hors hydrocarbures, diversification économique, ALGEX, balance commerciale, dispositifs d'accompagnement à l'exportation.

Abstract:

Our study focuses on the crucial role of support mechanisms for Algerian SMEs in promoting non-hydrocarbon exports. Beginning with a thorough examination of the SME landscape, we underscored their pivotal potential in economic diversification, despite a historical dependence on hydrocarbons, which constitute over 90% of national revenue. By analyzing the evolution of the trade balance, we highlighted the need to diversify revenue sources through initiatives supporting non-energy exports.

Our study highlighted the National Agency for the Promotion of Foreign Trade (ALGEX) as a key player in this context, providing SMEs with strategic tools such as access to market data, tailored training programs, and international networking opportunities. We confirmed that these support mechanisms play a decisive role in enhancing SME export performance, while acknowledging the varying impact of other factors such as company size, industry sector, and compliance with international standards on their international success.

Key words: Algeria, SMEs, non-hydrocarbon exports, economic diversification, ALGEX, trade balance, export support mechanisms.