

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, DE GESTION

ET DES SCIENCES COMMERCIALES

DEPARTEMENT DES SCIENCES COMMERCIALES



***Mémoire de fin d'études en vue d'obtention du diplôme
De Master en sciences commerciales***

Spécialité : Finance et Commerce International

THEME

***Le Financement des Exportations Hors Hydrocarbures en Algérie
« Cas d'une Opération d'exportation au niveau de l'AHB Alger »***

Présenté par :

**Mr KEDDAM Abdelhakim
Mr KACI Rabah**

Dirigé par

Mr. ABIDI Mohammed

Mémoire soutenu le : 27/12/2018 Devant le jury composé de :

Mr OUALIKENE Selim

Professeur (UMMTO)

Président

Mr ABIDI Mohammed

M.C.A (UMMTO)

Rapporteur

Mme LOUGGAR Rosa

M.A.A(UMMTO)

Examinatrice

Promotion : 2017/2018

Remerciements

**Le plus grand merci s'adresse au bon Dieu, le tout puissant
de nous avoir accordé le courage et la volonté pour
accomplir ce travail.**

**Nous tenons à adresser notre plus vif remerciement à Mr
ABIDI .M Pour nous avoir encadrés et conseillés tout
au long de notre étude.**

**Nous tenons également à présenter nos remerciements avec
une profonde reconnaissance et gratitude à nos Parents.**

**Nos remerciements à tout le personnel
de l'inspection divisionnaire de douane a l'aéroport
HOUARI BOUMEDIENE, Alger, particulièrement le
service EAG pour nous avoir aidé durant
la période de stage.**

**A toute personne qui nous aidé de près ou loin à la
réalisation de ce modeste travail.**

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail à :

**A mes très chers parents, qui m'ont encouragé et soutenu
tout au long de mon parcours d'études.**

**Ma grand-mère qui est toujours présente par ses conseils, à
qui je
souhaite une longue vie.**

Mon frère AZIZ et mes chères sœurs :

KATIA, RANIA, LYLIA et KENZA.

Mes grands parents auxquels je souhaite une longue vie.

Mes tantes et leurs maris, fils et filles.

**Mes cousines et cousins et particulièrement MAHDI et
LOUIZA auxquels je souhaite la réussite dans leurs
parcours d'études.**

Touts mes amis et copains.

À toute la promotion FCI (2016-2017).

HAKIM

Dédicaces

A ma mère

A mon père

A mes frères et ma sœur

A tous mes amies

Je dédie ce travail.

Rabah

Liste des abréviations :

<u>Abréviation</u>	<u>Signification</u>
AGE	Autorisations Globales à l'Exportation
AHB	Aéroport HOUARI BOUMEDIENE
BAT	Bureau des Affaires Techniques
BRQ	Bulletin des Renseignements Quotidiens
CACI	Chambre Algérienne du Commerce et d'Industrie
CAGEX	Compagne Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations
CID	Chef d'Inspection Divisionnaire des Douanes
CNIS	Centre National de l'Informatique et des Statistiques
CX	Contentieux
DD	Déclaration en Détail
DT	Droits et Taxes
EAG	Effectifs et Affaires Général
EPAL	Entreprise Portuaire d'Alger
EPE	Entreprise Publique Économique
FGAR	Fond de Garantie des Crédits aux PME
FMI	Fond monétaire international
FNRDA	Fonds National de Régulation et Développement Agricole
FSPE	Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations
GZALE	Grande Zone Arabe de Libre Échange
HH	Hors Hydrocarbure
IBS	Impôt sur les Bénéfices des Sociétés
IPB	Inspection Principale des Brigades
IPS	Inspection Principale aux Sections
IPCOOC	Inspection Principale aux Contrôles des Operations Commerciales
LFC	Loi de Finances Complémentaire
LTA	Lettre de Transport Aérien
MADT	Magasins et Aires de Dépôts Temporaires
ONACO	Office National de Commercialisation
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
OEA	Opérateur Économique Agrée
OSCIP	Office pour l'orientation, le Suivi et la Coordination de l'Investissement Privé
PAS	Programme d'Ajustement Structurel
PGE	Programme Général d'Exportation
PIB	Produit Intérieur Brut
PME	Petites et Moyennes Entreprises
PROMEX	Office de Promotion des Exportations
SAFEX	Société Algérienne des Foires et Exposition
SGP	Système Généralisé de Préférences commerciales
SIGAD	Système Informatique de Gestion Automatisé des Douanes
TAP	Taxe sur l'Activité Professionnelle
TPE	Très Petite Entreprise
TVA	Taxe sur la Valeur Ajoutée

Liste des tableaux:

<u>N°</u>	<u>Tableau</u>	<u>Page</u>
01	Répartition des INCOTERMS par Type de vente/ Mode de transport	29
02	Répartition des INCOTERMS par Groupe	29
03	Tableau des INCOTERMS	30
04	Les importations de l'Algérie par groupe de produits	57
05	Évolution des exportations de l'Algérie par groupe d'utilisation (2016-2017)	62
06	Les principaux clients de l'Algérie	66
07	Les principaux fournisseurs de l'Algérie	67
08	Opportunités, Menaces liée a l'entreprise	84
09	Accessibilité, Potentialité, Sécurité	85

Liste des figures :

<u>N°</u>	<u>Figure</u>	<u>page</u>
01	Stades du cycle de vie d'un produit	13
02	Fonctionnement de la remise documentaire	26
03	Fonctionnement du Crédit Documentaire	27-28
04	L'évolution des importations en Algérie (période 1990-2017)	56
05	Les importations Algérienne par groupe de produits (2016-2017)	58
06	L'évolution des exportations en Algérie (période 1990-2017)	59
07	L'évolution des exportations hors hydrocarbure en Algérie (2000-2017)	61
08	L'évolution des exportations Algérienne par nature (2000-2017)	63
09	Structure des exportations Algérienne par groupe d'utilisation (2016-2017)	64
10	Structure des exportations Algérienne par groupe d'utilisation (2017)	64
11	L'évolution de la balance commerciale en Algérie (période 1990-2017)	64
12	Répartition des principaux clients de l'Algérie	67
13	Répartition des principaux fournisseurs de l'Algérie	68
14	L'organigramme de l'IDD a l'AHB Alger	72
15	La démarche d'exportation	91
16	Les étapes de la procédure d'embarquement	95

Sommaire :

Introduction générale.....	01
 Chapitre I : Les fondements théorique du commerce international	04
Introduction	04
Section 01 : Généralités sur le commerce international	04
Section 02 :L'internationalisation des entreprises.....	16
Section 03 : La logistique du commerce international	22
Conclusion	30
 Chapitre II : Les exportations en Algérie	31
Introduction	31
Section 01 : L'évolution des politiques commerciales en Algérie	31
Section 02 : La présentation du commerce extérieur en Algérie.....	55
Section 03 : Les objectifs et contraintes liées à l'exportation	69
Conclusion.....	71
 Chapitre III: La présentation d'une opération d'exportation hors hydrocarbure au niveau de l'aéroport 'HOUARI BOUMEDIENE' Fret.....	72
Introduction	72
Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil.....	72
Section 02 : La démarche méthodologique d'une opération d'exportation.....	79
Section 03 : Étude de cas d'une opération d'exportation hors hydrocarbure.....	92
Conclusion.....	95
 Conclusion générale	96

INTRODUCTION

GENERALE

INTRODUCTION GENERALE

INTRODUCTION GENERALE

L'activité d'exportation est devenue une exigence incontournable du monde d'aujourd'hui soit pour l'État où pour l'entreprise, qui se caractérise par une évolution rapide et multiforme du commerce mondial découlant de la réduction, voir d'élimination des barrières à l'échange.

Ainsi, développer ses activités en dehors des frontières nationales est devenue, pour plusieurs d'entre elles, une nécessité vitale. Pour l'État, l'activité d'exportation occupe une place prioritaire dans la dynamisation des économies et le renforcement de leur position sur le marché mondial. Et pour les entreprises, il faut préciser qu'une politique internationale n'est plus uniquement un moyen d'augmenter leur chiffre d'affaires, mais aussi un impératif de survie pour plusieurs d'entre elles.

Le commerce extérieur algérien est fortement dominé par l'exportation des produits énergétiques (pétrole et gaz). Mais avant qu'il soit un pays pétrolier, l'Algérie avait été pour plus d'un siècle un pays spécialisé dans la production et l'exportation des produits primaires destinés principalement au marché métropolitain (France). A partir de 1956, l'année de découvert des premières réserves pétrolières, l'Algérie se voit ouvrir une autre spécialisation, la production et l'exportation des hydrocarbures, une caractéristique confirmée dès le premier plan conçu par l'Algérie indépendante.

En effet, les hydrocarbures continuent à constituer la part la plus importante des exportations globales, contribuant à plus de 98% des recettes des exportations. Cette dépendance vis-à-vis des ressources pétrolières constitue un handicap majeur de l'économie algérienne. C'est ce qui a été d'ailleurs montré, dès le milieu des années 1980 période pendant laquelle l'économie algérienne s'est enfoncée dans une crise, due essentiellement à sa forte vulnérabilité

L'investissement public est stoppé, la production nationale algérienne a connu un déclin significatif en raison de la situation générale du pays, marquée par l'insécurité et le recours au Plan d'Ajustement Structurel (PAS) avec toutes ses conséquences sur le plan économique et social.

INTRODUCTION GENERALE

Face à ce crucial défi, l'Algérie cherche par ailleurs à opérer une transformation de son économie pour sortir de la mono-exportation et de la dépendance vis-à-vis de la volatilité des prix du pétrole brut.

Cependant, pour de nombreuses entreprises notamment les petites et moyennes entreprises (PME), les frontières nationales constituent toujours un important obstacle à l'expansion de leur activité, et elles restent donc largement, voire exclusivement tributaires de leur marché domestique. Plus préoccupant encore, les entreprises nationales n'envisagent toujours pas de s'internationaliser alors qu'elles sont déjà exposées à une forte concurrence internationale, y compris au sein de leur propre marché intérieur. Mais pour remédier à cette situation, l'État mis en place des organismes d'appui et de promotion des exportations, ainsi que des mesures incitatives, pour faciliter aux entreprises l'accès aux marchés mondiaux.

Pour cela, l'objectif de notre travail de recherche consiste à essayer d'analyser le secteur des exportations hors hydrocarbures en Algérie et plus exactement les facilitations mis en place par l'État pour promouvoir cette catégorie d'exportation, notamment les services douaniers. Ainsi d'essayer par cette étude d'apporter des éléments de réponse à la question suivante :

❖ Quelles sont les contraintes et obstacles qui entravent le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie ?

La réponse à la question principale posée ci-dessus nécessite de poser certaines questions de développement, à savoir :

- Quelle sont les raisons qui poussent l'entreprise à exporter ?
- Les dispositifs mis en place par le gouvernement sont-ils suffisants ?

Pour tenter de répondre à la problématique posée, nous baserons notre réflexion sur les hypothèses suivantes :

• **H1** : Le risque et la complexité du marché international représente l'obstacle majeur qui freine le développement des entreprises exportatrices.

INTRODUCTION GENERALE

• **H2** : l'aide de l'État aux entreprises exportatrices hors hydrocarbures reste insuffisante.

Dans l'élaboration de ce travail, et afin d'apporter des réponses concrètes au sujet évoqués ci-dessus, on a articulé notre plan sur trois chapitres.

Dans les deux premiers, a l'aide d'une recherche bibliographique. Présentera le commerce extérieur ainsi que ses différentes théories, l'internationalisation des entreprises et les risques liés au commerce extérieur. Puis lier les résultats de cette recherche avec le cas de l'Algérie, commençant par la présentation du commerce extérieur en Algérie, plus précisément les exportations, pour montrer les éléments qui favorisent l'exportation en Algérie et ceux qui l'entrave.

Le troisième chapitre concerne une étude empirique, basée sur des informations recueillies au cours d'un stage pratique à l'inspection divisionnaire des douanes à l'aéroport **HOUARI BOUMEDIENE**. Alger, Nous examinons dans ce chapitre comment l'administration des douanes contribue à la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie.

L'importance du sujet réside dans la mesure sur laquelle les réformes douanières peuvent promouvoir le secteur des exportations. Par une étude générale et détaillée de ses effets et de l'ampleur de leur contribution et de leur capacité à soutenir l'économie nationale, afin de diversifier la rente nationale hors hydrocarbures en tant que politique alternative à long terme, le pétrole étant une ressource éphémère soumise aux fluctuations internationales et l'épuisement.

CHAPITRE 01

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

Chapitre I : Les fondements théoriques du commerce international

Les pays s'engagent dans le commerce international pour deux raisons fondamentales, raisons à la contribution aux gains qu'ils retirent de l'échange. D'abord, ils s'engagent dans le commerce extérieur parce qu'ils sont différents les uns des autres. Les nations tout comme les individus peuvent en effet bénéficier de leurs différences en s'arrangeant de sorte que chacune se consacre à ce qu'elle fait relativement le mieux. En second lieu, les pays s'engagent dans le commerce international en vue de réaliser des économies d'échelle de production. En effet, si chaque pays produit seulement un registre limité de biens, ces derniers se trouveront produits à une échelle encore plus grande que s'ils essayaient de les produire tous.

En matière d'économie internationale, l'essentiel pour les théoriciens c'est, de savoir si les échanges commerciaux permettent d'assurer le développement économique d'une part, et de connaître les conditions des échanges internationaux d'autre part.

Une nouvelle conduite de compétitivité semble s'imposer et de nouvelles règles de jeu concurrentiel s'instaurent aux entreprises où l'internationalisation est perçue comme un moyen incontournable pour les entreprises. Ces dernières, dans leur processus d'internationalisation, englobent dans leur calcul l'efficacité de leur environnement qui peut contenir des difficultés pouvant freiner leur développement à l'échelle mondiale.

Dans ce chapitre, nous allons faire un aperçu global des fondements théoriques du commerce international, ensuite nous allons présenter les raisons stratégiques de l'internationalisation et essayer d'identifier ces principaux risques.

Section1 : Présentation générale du commerce international

Dans cette section, nous allons présenter quelques définitions principales des notions et des concepts fondamentaux du commerce international des entreprises.

1.1. Le commerce international :

Le commerce international est une source de prospérité pour les nations, il dépend en amont de l'habileté productive elle-même déterminée sur le long terme par les capacités d'organisation, le progrès technique et l'innovation, ainsi que la démographie. Le commerce et avec la guerre et la diplomatie, l'un des trois principaux modes par lesquels les États entrent en relation. Il est à la fois source de dialogue, de paix et de conflits. L'importance du

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

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

Le commerce international n'a connu une expansion rapide qu'au 19^{ème} siècle où la révolution industrielle a marqué le véritable point de départ de son essor. Elle a commencé en Grande - Bretagne, elle a permis d'avoir une production importante sur le plan interne et la recherche de débouchées est source d'approvisionnement des matières premières sur le plan extérieur. C'est ce qui justifie l'organisation du vaste empire colonial britannique. Cette situation a fait que l'Europe occidentale soit le premier pôle du commerce international avec la Grande Bretagne en tête. La Grande Bretagne est devenue pratiquement l'usine du monde, l'industrialisation de ce pays a commencé avec le textile. Les importations comprenaient les produits textiles et métalliques (Fer et acier). Parmi les importations, on note le coton comme produit principal.

Par conséquent, le commerce international est le résultat d'une division du travail qui s'opère à l'échelle du monde. L'échange international est nécessaire car les pays ne peuvent produire l'ensemble des biens et des services dont ils ont besoin. Chaque pays se spécialise dans la production d'un certain type de bien et pratique des échanges avec les pays disposant d'une autre spécialisation.

A cet effet, l'histoire du commerce international est marquée par l'alternance de phases d'expansion et de contraction. L'Antiquité et le moyen Age présentent des périodes de prospérité commerciale et financière remarquables comme à Athènes au 5^{ème} siècle avant JC sous l'empire romain au 2^{ème} siècle après JC. Ou les grandes cités de l'Italie du nord à partir du 13^{ème} siècle. Ces dernières donnèrent naissance aux premiers échanges commerciaux modernes fondés sur l'assurance, la comptabilité en partie double et les lettres de change pour des paiements transférés à longue distance. Jusqu'au 16^{ème} siècle, le monde est demeuré relativement en divers espaces culturels. Des relations de longues distances. Les échanges d'hommes, de biens ou d'idées étaient trop faibles et exceptionnels pour rendre ces mondes véritablement interdépendants et intégrés.

Au siècle des grandes découvertes le 18^{ème}, des courants commerciaux intenses accompagnés du développement d'activités financières évaluées se sont développés. Depuis cette période, la croissance du commerce international a toujours été plus forte que la croissance économique globale à l'exception de la période d'entre deux guerres, il est

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

probable que, le volume du commerce a été multiplié par deux ou trois au cours du 16^{ème} siècle. Et au cours de la seconde moitié du XVIII^{ème} siècle, la révolution agricole et industrielle données une croissance économique moderne. Jusque vers 1840, l'expansion du commerce mondial est relativement modérée, une importance relative du commerce extérieur par rapport au produit national. Dans l'ensemble, les pays vivaient en quasi-autarcie et produisaient essentiellement pour la consommation intérieure.

L'accélération décisive des échanges internationaux débute à partir de 1850 et coïncide avec l'avènement de la production de masse en Grand Bretagne et en France. La part des importations dans les approvisionnements et celle des exportations dans les débouchés de la production nationale ont connu une progression exceptionnelle. Le volume du commerce mondial a été multiplié par 25 au cours du siècle, soit au rythme de 3,3% par an, la croissance des exportations mondiales a été deux fois plus rapide que la production globale.

Dans ce cadre, le commerce international (exportation et importation) était estimé en 1995 à 5000 milliards de dollars, il a presque doublé entre 1976 et 1985. Les pays en développement exportateurs de pétrole ont connu une croissance des échanges considérable entre 1976 et 1982. Les échanges internationaux ont continué à augmenter dans les années quatre-vingt stimuler par une légère reprise économique dans les principes pays industrialisés, après une principaux pause au début des années quatre- vingt- dix, causée par la récession en Europe et au japon, la croissance commerciale semble reprendre.

Dans le même contexte, le cadre monétaire des échanges internationaux a été profondément bouleversé par le passage d'un régime de taux de change fixe défini en 1944 à la conférence de Bretton Woods à un régime de change flottant : dans les années soixante-dix et au début des années quatre-vingt, la concurrence par les prix des partenaires économiques est accentuée par les fluctuations des taux de change¹. A court terme, la dépréciation de la monnaie permet en effet de relancer les exportations tout en réduisant les importations, mais à long terme, il est beaucoup plus difficile de prévoir les effets des fluctuations monétaires sur le volume des échanges internationaux².

¹ Jaime de Melo – Jean – Marie Grether, Commerce international « Théorie et application », édition boeck, Bruxelles 1997. P 7

² Idem .p12

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

1.2. Quelques Définitions :

1.2.1. Le commerce extérieur :

Le commerce extérieur est l'échange des biens et services de tous les types entre les différents pays³. Les firmes commerciales des pays industriels vendent des machines et des équipements aux pays en développement qui à leur tour vendent des matières premières aux firmes des pays industriels. Les techniques modernes de transport et de commercialisation ont beaucoup contribué à la croissance internationale. Les développements récents ont plus rapproché les pays des uns des autres qu'ils ne l'ont jamais été dans le passé et ont beaucoup facilité la conduite des échanges des informations économiques internationales.

1.2.2. Les exportations :

« Selon la comptabilité nationale : les exportations notées **E** comprennent la valeur des biens neufs ou existants qui quittent définitivement le territoire économique, et les services rendus par les agents résidants aux agent non résidants, et en dehors des services consommés par les ménages non résidants sur le territoire économique »⁴.

1.2.3. Les importations :

« Selon la comptabilité nationale, les importations notées **M** comprennent la valeur des biens neufs ou existants qui entrent définitivement sur le territoire économique, et la valeur des services rendus par les unités non-résidents aux unités résidents en dehors des services consommés à l'extérieur par les ménages résidents »⁵.

1.2.4. La balance commerciale :

« La balance commerciale correspond à la différence entre les valeurs des exportations et des importations de biens et de services, sur une période donnée. La balance commerciale forme la partie la plus importante de la balance des paiements d'un pays »⁶. Une balance

³ Kaci Boualem, « les impacts du commerce extérieur sur les performances de l'économie Algérienne depuis l'indépendance à nos jours». Mémoire de magistère, université Abderrahmane mira de Bejaia 2008. p 14.

⁴ Rachid Boujemaa, cours de comptabilité nationale, édition OPU, Alger, 2003, p18

⁵ Idem, p 18.

⁶ Ibidem. P 18-19

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

commerciale positive signifie que le pays exporte plus de biens et services qu'il n'en importe. Une balance commerciale négative signifie que le pays exporte insuffisamment ou que ses importations et donc sa dépendance extérieure est importante.

1.3. Les fondements théoriques du commerce international

Les théories du commerce extérieur considèrent les éclanches commerciales comme une solution pour maximiser la richesse et le bien-être de la nation. On distingue deux catégories : les théories traditionnelles et les traditions modernes.

1.3.1. Les théories traditionnelles du commerce international :

Traditionnellement, la théorie économique renvoie aux travaux d'Adam Smith, Ricardo et au théorème de Hechscher-Ohlin-Samuelson (HOS) pour expliquer les avantages de la spécialisation des entreprises.

1.3.1.1. La théorie mercantiliste :

Le mercantilisme est un courant de la pensée économique contemporain de la colonisation du nouveau monde et du triomphe de la monarchie absolue (depuis le XVI siècle jusqu'au milieu du XVIII siècle en Europe), il considère que « le prince, dont la puissance repose sur la classe des marchands et favoriser l'essor industriel et commercial de la nation afin qu'un excédent commercial permette l'entrée des métaux précieux »⁷.

La révolution industrielle a favorisé l'expansion des transactions entre pays et la modification de la composition des marchandises échangées les produits manufacturiers s'ajoutent au produits agricoles et aux minéraux à cette époque la théorie économique dominante est celle du mercantilisme⁸.

La théorie mercantiliste est la première a apparaitre dans les théories du commerce international, Selon cette théorie un pays doit accumuler des réserves d'or afin d'assurer sa richesse et sa puissance pour cela l'État doit encourager l'industrie nationale à exporter leur production en limitant l'importation de certains produits étranger déjà fournis par l'industrie locale ce qui mène l'État à pratiquer du protectionnisme.

⁷ Charles .P, Kinderberger .P et Lender .H (1981), 'économie internationale', Economica Paris, p. 117.

⁸ Antoine Panet-Raymond. Denis Robichaud « le commerce international, une approche Nord-Américaine» 2005 les éditions de la chanceliere, p. 11.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

La pensée mercantiliste a conduit à l'émergence de l'école classique qui a posé les principes de l'avantage absolu d'Adam Smith et l'avantage comparatif de David Ricardo

1.3.1.2. La théorie d'avantage absolu d'Adam Smith :

Dans sa théorie, Adam Smith a énuméré deux propositions ayant trait à la division du travail :

- Le commerce extérieur comme moyen de valorisation : «le commerce emporte ce superflus de produit de leur terre et de leur travail pour lequel il n'y a pas de demande chez eux, et à la place, il rapport en retour quelque chose qui en demande, il donne une valeur à ce que leur est inutile, en l'échangeant contre quelque chose qui peut satisfaire une partie de leur besoins ou s'ajouter à leur jouissances"
- Le commerce extérieur comme moyen d'intensifier la division du travail : avec l'exemple de la manufacture d'épingles, Adam Smith avait montré que la division du travail permet d'augmenter la productivité du travail humain dans l'industrie.

Le sens inverse que l'échange extérieur permet d'augmenter la productivité en améliorant la division du travail Adam Smith poursuit ainsi : "les bornes étroites du marché intérieur n'empêche plus que la division du travail soit portée au plus haut point de perfection dans toutes les branches particulières de l'art ou des manufactures"⁹.

Adam Smith énonce ce qui suit "en ouvrant un marché plus étendu pour tout le produit du travail qui excède la consommation extérieure, il encourage la société à perfectionner le travail, à en augmenter la puissance productive, à en grossir le produit annuel et à multiplier par-là les richesses et le revenu national".

D'après Adam Smith, l'échange international doit être effectué en tenant compte des coûts de production absolus, supportés par les différents pays du monde dans la fabrication des biens. En clair, un pays est appelé à se spécialiser dans la production d'un bien dont le coût absolu est inférieur par rapport au coût que supporterait un autre pays dans la production de ce même bien.

Adam Smith dégage la notion d'avantage absolu par la comparaison des coûts absolus en travail entre partenaires à l'échange. Il apporte dans sa théorie que : "le maximum de tout chef de famille prudent est de ne jamais essayer de faire chez soi la chose qui lui coûtera

⁹ Richesse « collection idée» 1992 p 252.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

moins cher à acheter qu'à faire si un pays étranger peut nous fournir une marchandise a meilleur marché que ne nous sommes en l'état de l'établir nous même, il vaut mieux que nous lui achetions avec quelques parties de produit de nos industries, employer dans le genre dans lequel nous avons quelques avantages"¹⁰.

1.3.1.3. La théorie des avantages comparatifs de David Ricardo:

L'analyse de Ricardo (1772-1823) est la première analyse complète et générale. L'élaboration fut précédée par la notion plus restrictive d'avantages absolus (d'Adam. Smith 1776) qui, en théorie, réduisait fortement ou rendait impossible à un grand nombre d'agents la Possibilité d'effectuer des échanges. La compréhension profonde des mécanismes de spécialisation internationale passe de ce fait par l'analyse de ces deux concepts¹¹. Cependant, la seule approche par l'avantage absolu exclut toute forme de commerce avec un pays qui ne bénéficierait pas en retour d'un autre avantage absolu. Le principe des avantages comparatifs est une des plus grandes lois de la science économique. Il indique comment et pourquoi les individus, les groupes et les nations peuvent trouver un intérêt mutuel dans les échanges, il s'agit de raisonner en terme de couts d'opportunité et non plus de couts absolus.

L'apport de **D. Ricardo** est significatif pour la dynamique de spécialisation Internationale, les pays ont intérêt à se spécialiser dans la production pour laquelle ils ont les coûts relatifs les plus bas, de façon à exporter ces produits à un prix plus élevé que celui constaté en cas de seule consommation interne. Investissement, les pays des produits dont la production en interne couterait plus cher que le produit de spécialisation.

La différence entre avantage comparatifs et compétitivité résulte du fait que le premier concept concerne au début deux pays et deux produits alors que le deuxième s'applique à un seul produit et plusieurs pays.

1.3.1.4. La théorie HOS :

Le modèle Hecksher-Ohline-Samuelson était créé dans les années 30 du XX siècle. A ce moment-là, il y'avait des grands changements dans le système de la division internationale du travail et du commerce international¹².

¹⁰ Jean Pierre Bibeau. «Introduction à l'économie international».3^{eme} édition. 1999. p 164.

¹¹ Jean Louis Mucchielli, «principes d'économie internationale ».édition economica.Paris, 1989, p4.

¹² Mr.Berrached Amine. «Ouverture commerciale et croissance économique dans les pays du sud et de l'est de la méditerranée ».mémoire de magistère en science économique, université d'Oran, année 2012-2013, p12.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

En 1919, Heckscher tente de comprendre ce qui permettrait d'expliquer l'existence de cout comparés différents. Contrairement à David Ricardo, il admet que les techniques de production peuvent être transférées d'un pays à l'autre. Dès lors, si les couts de production sont différents, c'est parce que les prix des facteurs de production y sont différents. Dans les pays richement dotés en facteur travail, le niveau des salaires est si bas, qu'il pousse les entrepreneurs à utiliser d'avantage de main-d'oeuvre que dans les pays ou le facteur travail est rare et couteux¹³. C'est donc parce que les pays sont inégalement dotés en facteurs de production que leurs couts de production sont différents.

En 1933, Ohlin énonce la loi des proportions de facteurs en se fondant sur l'origine des différentes de couts. Un pays tend alors à se spécialiser dans la production pour laquelle la combinaison des facteurs dont il dispose lui donne le maximum d'avantages. Les inégalités dans les dotations de facteurs entraînent des écarts de prix et des différences de spécialisation des économies. Ainsi, chaque pays importe les biens qui incorporent des facteurs, qui sont rares sur son territoire ou couteux, et exporte les biens qui incorporent des facteurs, qui sont abondant

sur son territoire. Donc peu couteux considérant l'effet de la spécialisation internationale sur les prix des facteurs de production, les travaux d'Heckscher (1919), d'Ohlin (1933), puis de Samuelson (1941, 1948, 1949) avancent la proposition plus connue sous le nom de théorème d'Heckscher –Ohlin-Samuelson (HOS) « à long terme, le commerce international tend à produire une égalisation de rémunérations de facteurs».

Une égalisation qui ne saurait être cependant absolue, en effet le commerce international conduit chaque pays à se spécialiser dans la production intensive en facteur abondant sur son territoire l'incitation à échanger sera d'autant plus forte que les prix relatifs sont différents.

1.3.2. Les nouvelles théories du commerce international

Les insuffisances de la théorie traditionnelle à pouvoir expliquer totalement la réalité de commerce international, on a donc vu naissance de nouvelles théories pour d'écrire les échanges internationaux tels qu'ils se pratiquent à l'heure actuelle.

¹³ Alilou Farida et Allouti Rachida. « La politique commerciale de l'Algérie: cas du partenariat Algérie-UE » pour l'obtention du diplôme du master en science commerciales, université de Bejaia, promotion 2012-2013.p5.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

1.3.2.1. La théorie de cycle de vie de Vernon

Selon Raymond Vernon, la théorie de cycle de vie d'un produit se devise en plusieurs étapes, correspondant à plusieurs phases du commerce international. Selon R. Vernon « tous les pays avancés ont accès aux connaissances scientifiques, mais la transformation de celles-ci en innovation requiert la présence, non moins des productions, d'un marché vaste et riche, lequel il soit possible de lancer le produit nouveau »¹⁴.

R. Vernon (1966) débute la théorie de l'écart technologique en reprenant l'idée de monopole liée à l'innovation et en mettant l'accent sur le cycle de vie de nouveau produit. Il combine l'évolution de la nature du produit tout au long de son cycle et l'évolution de sa commercialisation au niveau international. Pour cela, il répartit les pays en trois groupes :

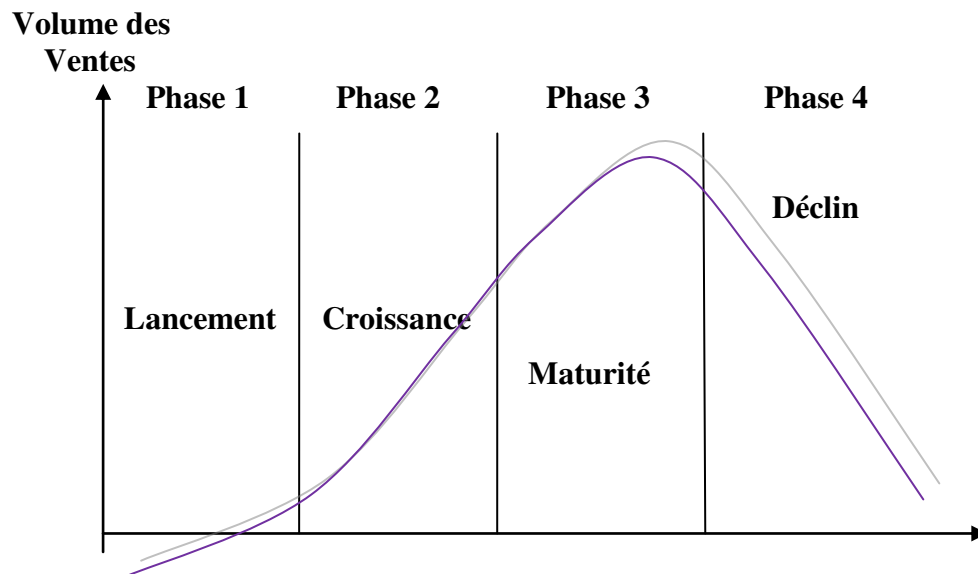
- Le premier groupe est constitué du seul pays leader. Il doit cette position à l'existence d'un vaste marché interne, à des niveaux de revenu élevés, à une main d'œuvre qualifiée et abondante et enfin à une forte activité de recherche et développement (dans les années soixante, c'est le marché des Etats-Unis qui répond le mieux à ces caractéristiques).
- Le deuxième groupe réunit les pays industrialisés autres que le leader (pays européens par exemple). Ils ont des revenus légèrement inférieurs au pays leader et des dotations Relatives en Capital et en main-d'œuvre moyennement qualifiée.
- Le troisième groupe est celui des PVD, caractérisés par de bas niveaux de revenu et une main d'œuvre non qualifiée et abondante.

Concernant le cycle de vie du produit, il peut connaître quatre phases : lancement, croissance, maturité, et déclin.

¹⁴ Guillochon Bernard, Kaweckie Annie, « économie internationale », Edition Dunod, Paris, 2006, p5.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

Figure n°01 : Stades de cycle de vie du produit



Source : Usinier, *Management international*, Ed. PUF, 1988, p 45.

La figure n°01 montre que lorsque les produits arrivent à maturité, leur technologie s'est banalisée, les concurrents apparaissent sur les marchés étrangers, l'entreprise crée de filiales de production à l'étranger pour servir les marchés locaux. Dans ce cas l'exportation permet de rallonger la durée de vie de produit. Les différentes phases du cycle de vie sont les suivantes¹⁵:

Phase1 : lancement

En période de lancement, le produit se diffuse progressivement sur le marché. Il est vendu en faibles quantités. Son coût de revient est élevé. Il est en particulier alourdi par les coûts de distribution et de communication. Le produit nécessite parfois des adaptations. La rentabilité du produit est négative.

Phase 2 : croissance

Les ventes progressent rapidement, ce qui contribue à abaisser le coût de revient et améliore la rentabilité. Cependant, des concurrents apparaissent.

Phase 3 : maturité

¹⁵ Pasco.C «Marketing international», Edition, Dunod, Paris, P45

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

La concurrence se développe alors que les débouchés diminuent. Le produit a en effet touché la plupart des acheteurs potentiels. Les bénéfices réalisés sont importants, mais tendent à décroître en raison des dépenses marketing engagées pour soutenir le produit face à la concurrence et des investissements en recherche pour améliorer le produit, dépensés que l'entreprise doit réaliser pour conquérir de nouveaux clients.

Phase 4 : déclin

Les ventes du produit chutent et les bénéfices s'effritent. Le produit n'est plus adapté aux goûts et aux besoins du consommateur. L'entreprise doit envisager une reconversion de son activité.

1.3.2.2. La théorie stratégique du commerce international :

On parle d'oligopole lorsque sur un marché, il existe un faible nombre de producteurs face à un grand nombre de consommateurs. Dans ce cas les marchés sont dits en situation de concurrence imparfaite. Cet environnement se caractérise par l'émergence et la résistance du profit, dans ce cas, il peut être rationnel d'imposer une réglementation protectionniste.

Ces idées constituent la base théorique de la politique commerciale stratégique et ont donné naissance à une nouvelle approche économique et l'échange international, dénommée « nouvelle économie internationale ». initiée par Brander et Spence, Paul Krugman et également participé à cette nouvelle approche. L'apparition de cette théorie remonte à la fin des années 1970, mais elle s'est surtout développée dans les années 1980 un Etat peut mettre en place des politiques commerciales stratégiques dans le but d'ériger des barrières à l'entrée sur le marché national aux produits étrangers concurrents, ou qui permettent à nos entreprises de vendre à des prix très concurrentiels sur le marché étranger. Il s'agit notamment des droits de douane à l'importation prohibitifs, des quotas à l'importation, du dumping commercial, des aides et subventions aux structures productives¹⁶.

1.3.2.3. La différenciation des produits

Lassudrie-Duchene a introduit le concept de « demande de différence ». selon lui, les échanges croisés bien qu'ils portent sur des produits semblables, ces derniers bénéficient d'une «

¹⁶ Cherrou Kahina, «compétitivité dans le cadre de mondialisation : Etude comparative de l'industrie automobile »mémoire de magistère en économie et finance internationales, université mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, année 2013-2014, P27.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

qualité de différence »¹⁷.en d'autres termes, la différenciation des bien permet de satisfaire une demande dite de variété. Les nombreuses variétés permettent donc aux entreprises d'élargir leur marché potentiel.

C'est Chamberlin qui a introduit la notion de la concurrence monopolistique pour désigner la position du monopole vers laquelle sera poussée chaque firme. Toutefois, cette stratégie bute sur une contrainte importante liée à la hausse des couts de variété, et qui ne sera levée que par l'accès aux marchés étrangers, d'où la nécessité pour les entreprises de s'adresser à la demande internationale.¹⁸

1.3.2.4. Rendement d'échelle croissant

Désigne la baisse du cout moyen résultant d'une augmentation du volume de production. Elle s'explique fondamentalement par l'existence de couts fixes qui entraînent une baisse du cout unitaire lorsque la production augmente¹⁹.

Les économies d'échelle se divisent en deux types, économies d'échelle internes liées à la taille de la firme et économies d'échelle externes à la firme liées de secteur d'activité.

A. Les différents cas de rendement d'échelle croissant

Alfred Marshall (1879) a été le premier qui a introduit la distinction entre les économies d'échelles internes et externes à la firme.

- **Les économies d'échelles internes :** Les économies d'échelles internes sont internes à la firme. C'est le fait qu'en augmentant la part de capitale et de travail dans l'entreprise, on va obtenir un rendement marginal croissant en raison de l'existence de couts fixes dans l'entreprise, couts dépendant non pas du volume de production réalisée, mais de la structure de production retenues. A l'intérieur d'une structure et à court-terme, ces couts resteront constants, et le cout unitaire de production pourra baisser.
- **B. Les économies d'échelles externes :** Il existe des économies d'échelles externes lorsque l'efficacité d'une firme quelconque est influencée positivement par une variable

¹⁷ Duc-LOI.Phan, « les théories du commerce internationale : état actuel des connaissances et controverses », Revue d'économie rurale, V226.No 226, 1995, p18.

¹⁸ Guillichon Bernard, Kawichi Annie, op cit, p40.

¹⁹ JeanY, Olivier G, dictionnaire d'économie et des sciences sociales, Edition Hatier, Paris, 2006, p101.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

extérieur à la firme comme la taille du pays, la taille du marché mondial ou la taille de la branche dont elle fait partie²⁰.

Section 02 :L'internationalisation des entreprises

Dans cette section, nous allons présenter les facteurs qui poussent les entreprises à s'internationaliser, ainsi que les risques auxquelles font face ces dernières.

2.1. Les raisons d'internationalisation :

Plusieurs facteurs poussent les entreprises à s'internationaliser. Parmi ces facteurs, on distingue :

2.1.1. Les Raisons stratégiques :

Parmi les facteurs stratégiques qui poussent les entreprises à s'internationaliser, on trouve:

2.1.1.1. La répartition des risques entre plusieurs pays

Ralentissement de la croissance économique dans le pays d'origine incite l'entreprise à compenser cette baisse de la demande locale, en satisfaisant les commandes en provenance de l'étranger²¹. L'entreprise peut procéder à d'autres marchés étranger et de diversifier son activité à l'international pour objectif de répartir les risques entre plusieurs pays.

Donc l'entreprise cherche de nouveaux marchés à l'étranger pour éviter d'avoir des risques importants à savoir :

- risques liés aux différentes phases du cycle de vie du produit ; un produit en phase de maturité sur le marché national peut être en phase de croissance ailleurs
- risques liés à la conjoncture économique, suite à la variation monétaire (taux de change flottant).

²⁰ Guillochon Bernard, Kawecki Annie, « économie internationale », 6^{ème} Edition, Dunod, Paris, 2009, p65.

²¹ Bendifallah Sarah, Bounouni Ouaili «l'apport de la politique de promotion du commerce extérieur Algérien et l'avenir des exportations hors hydrocarbures » pour l'obtention du diplôme du master en science commerciales, université de Bejaia, promotion 2014-2015.p19.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

- risque de concurrence ; la mondialisation actuelle de l'économie pousse les entreprises à s'internationaliser pour se maintenir en position de force. Elles doivent être là où sont leurs concurrents.

2.1.1.2. Procure des avantages concurrentiels : Pour reprendre à la concurrence mondiale les entreprises délocalise ses unités de production pour profiter des avantages au niveau des pays qui offrent plus d'opportunités à savoir :

- Bas niveau des salaires (d'une main-d'oeuvre bon marché) ;
- Disponibilité des ressources et la maîtrise des approvisionnements (ressources naturelles disponibles rapidement et à moindre coût) ;
- Incitation financière et fiscales (qui accordent des avantages fiscaux : zones franches) ;
- Productivité du travail importante et qualification de la main-d'œuvre.

2.1.2. Les raisons liées au marché : Par les facteurs liés au marché, on distingue:

2.1.2.1. Facteur liés au marché de base : L'internationalisation est parfois imposée: saturation du marché national ou difficulté de gagner des parts de marché supplémentaires (situation oligopolistique) donc besoin d'élargissement des marchés.

- La réglementation limite de développement de l'entreprise.
- Les conditions de production freinent la croissance et le profit
- La concurrence est très agressive.

2.1.2.2. Facteurs liées aux marchés étrangers

- La concurrence s'internationalise (ouverture des marchés, l'entreprise ne peut plus considérer son marché national comme le seul marché, il faut occuper le terrain là où se trouve les clients mais aussi les concurrents)
- Les imperfections des marchés (l'entreprise peut être obligée de s'implanter dans un pays pour avoir le droit d'y écouler sa production : réglementation tarifaire, administrative ou protectionniste).

2.1.2.3. Les facteurs commerciaux : Les facteurs commerciaux sont :

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

A. L'étroitesse du marché national ou sa saturation

La dimension réduite du marché intérieur pousse l'entreprise vers les marchés étrangers. L'exacerbation de la concurrence sur le marché national des débouchés raréfiés ou en trop faible croissance incitent les entreprises à prospecter d'autre marché.

B. La spécialisation de l'entreprise

Pour certaines activités spécifiques le marché ne peut se limiter à un territoire national compte tenu du faible nombre d'acheteur potentiels.

Pour les entreprises, l'internationalisation est souvent le prolongement naturel d'une stratégie de spécialisation : elle permet sans sortir de son métier d'origine est d'éviter les risques de la spécialisation et d'offrir les perspectives de croissance.

C. La régulation des ventes de l'entreprise

Le ralentissement de la croissance économique dans un pays peut être compensé du moins en partie par des commandes en provenance de l'étranger. L'exportation permet de répartir les risques conjoncturels. Cette régulation des ventes permet une meilleure utilisation de l'appareil productif et une plus grande maîtrise des coûts de production.

D. Cycle de vie international du produit

Les stades de développement international de l'entreprise coïncident avec le cycle de vie du produit, les produits sont mis au point dans les entreprises des pays technologiquement avancés, pour des consommateurs à fort pouvoir d'achat. Puis les entreprises exportent leurs produits afin d'amortir les frais de recherche et développement et les frais commerciaux.

2.1.3. Les raisons industriels : On distingue les facteurs suivants:

2.1.3.1. La recherche de l'économie d'échelle

L'élargissement des débouchés permet à l'entreprise qui produit alors en grande quantité d'abaisser ses coûts unitaires. Elle améliore alors sa compétitivité prix qui peut induire de nouveaux débouchés. L'activité internationale permet ainsi d'amortir les coûts de recherche développement indispensable à l'entreprise sur un plus grand nombre d'unité et donc d'abaisser les prix de lancement.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

2.1.3.2. L'abaissement des coûts de production

L'investissement à l'étranger permet :

- D'exporter les opportunités offertes par des couts avantageux des couts avantageux des facteurs de production (matières premières, travail).
- D'accéder plus facilement à des ressources financières, tant sur le marché national que sur le marché d'implantation.
- D'échapper à certaines réglementations dans le domaine fiscal, de la protection de l'environnement.

2.1.4. Les facteurs environnementaux :

Le décloisonnement des marchés rendu possible après 1945 par la mise en place du système monétaire international et des accords du GATT s'est traduit par un fort développement des échanges internationaux, la multiplication des accords de libre-échange, l'ouverture des pays d'Europe centrale et orientale mais aussi les graissages de population et une certaine mondialisation des goûts, contribuent à accélérer l'internationalisation.

Cet environnement favorable aux stratégies d'internationalisation permet aux entreprises qui les adoptent d'accroître leurs volumes d'activité (effet volume) et de pratiquer des politiques de marges différenciées selon l'élasticité prix des différents marchés (effet revenu).

2.1.5. Les facteurs d'opportunités : Ces facteurs d'opportunités concernent :

2.1.5.1. Une demande spontanée : A l'occasion d'une manifestation commerciale, à la suite d'une demande d'information par courrier, d'une rencontre fortuite de représentants d'entreprises, la firme peut découvrir qu'il existe une demande à l'étranger pour ses produits. Cette sollicitation doit l'inciter à adopter une démarche plus rationnelle pour conquérir durablement des clients étrangers.

2.1.5.2. Une production excédentaire : L'exportation peut être abordée dans un premier temps comme le moyen d'écouler des stocks de produits conçus pour le marché national et

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

que celui-ci ne peut absorber. L'exportation peut alors rester ponctuelle ou être le premier pas d'une véritable démarche d'internationalisation.

2.1.5.3. La motivation du dirigeant : La décision d'ouverture internationale dépend en grande partie du comportement de son dirigeant, surtout quand il s'agit d'une G.E dans laquelle existe une forte relation entre personnalité du Chef d'entreprise et objectifs de G.E.

La formation du dirigeant, le fait d'avoir vécu à l'étranger et parler des langues étrangères, son degré de connaissance de l'exportation, son goût de l'innovation et du risque, son ouverture d'esprit sont autant de caractéristiques d'un profil et d'un comportement propice à l'exportation.

2.2. Les risques de l'internationalisation :

Nous distinguons plusieurs types de risques auxquels sont exposées des entreprises qui s'internationalisent, notamment dans le cadre de leur stratégie d'exportation, ceux-ci peuvent se manifester soit en amont de la stratégie d'exportation, soit au niveau de transaction internationale.

2.2.1. Le risque commercial : Il s'agit du risque lié au non-paiement par l'entreprise importatrice de la somme due, qui peut s'expliquer par son incapacité financière à faire face à ses engagements (situation d'insolvabilité) ou par sa volonté de ne pas honorer ses dettes (comportement de mauvais payeur)²².

Le risque commercial se manifeste dès que les clauses du contrat ne sont pas respectées, qui peut ainsi porter sur les éléments suivant :

- **La qualité :** Les marchandises doivent être soumises à une norme ou une appellation d'origine précise sinon celles-ci peuvent être interprétées différemment ce qui causera des déboires à l'importateur tant auprès de l'administration (douane, répression des fraudes, etc.) que de sa clientèle²³.

²² Legay. D, « Commerce international », Edition, Nathan, Paris, 2011, p 292.

²³ Monod. D, « Moyens et techniques de paiements internationaux », Ed. Eska, Paris, 2007, p53.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

- **La quantité** : si la quantité est inférieure en nombre à la quantité commandée, il aura un risque de rupture de contrat.

- **Le délai d'expédition** : chaque retard de livraison peut entraîner une mévente notamment pour les produits saisonniers, ou l'impossibilité d'importer les marchandises si la date portée sur la licence d'importation est échue.

2.2.2. Le risque politique :

Ce type de risque concerne l'ensemble des décisions et actions des États qui entravent le déroulement des contrats internationaux. Il se présente aussi dans le cas d'un conflit interne ou externe, d'une guerre civile ou d'un mouvement populaire, et aux éventuelles restrictions financières édictées par les autorités du pays de l'acheteur.

Le risque politique « Une instabilité politique et sociale intérieure, des tensions internationales, un conflit armé bloque ou perturbe les opérations logistiques, douanières et financières. Les autorités locales ou étrangères imposent un blocus économique pour les marchandises et interdisent les transferts de devise vers l'étranger »²⁴, donc, il s'agit des risques liés au changement de réglementation; douanière, fiscale, bancaire, commerciale et celle du taux de change et les risques liés aux coûts de transaction économique internationale ; ces coûts sont souvent liés, coûts de recherche des partenaires étrangers, coûts de collecte d'informations sur les marchés étrangers, coût de rédaction des contrats.

2.2.3. Risque de change :

Le risque de change est lié à la volatilité des devises sur le marché des changes ce risque existe lorsque les entreprises effectuent des opérations commerciales avec l'étranger dans une devise autre que la monnaie nationale.

Ce risque porte sur la dépréciation de la devise de paiement par rapport à la monnaie locale, est supporté par l'exportateur et par l'importateur dans le cas d'appréciation de ces devises. Il s'agit d'un risque de change sur rapatriement, il peut se produire à deux stades différents ; entre l'offre et la signature du contrat, ou à partir de la signature, et la nature du contrat jusqu'à l'achèvement des paiements comptant ou à crédit. Il existe différentes expositions au risque de change.

²⁴ Monod. D, op.cit, p.45.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

2.2.4. Les risques de catastrophes naturelles :

Ce risque est lié à la survenance dans le pays de résidence de l'acheteur d'un cataclysme naturel tel que le tremblement de terre, l'inondation, le raz de marée, le cyclone ou l'éruption volcanique susceptible d'affecter directement l'activité de l'acheteur et sa solvabilité et de l'empêcher de s'acquitter de sa dette.

2.2.5. Les risques liés au coût de la prospection de marchés extérieurs

La prospection des marchés étrangers est une étape importante dans la stratégie d'exportation de l'entreprise, cependant cette démarche comporte plusieurs risques de prospection qui sont liés aux éléments suivants²⁵:

- L'évaluation du marché.
- La mise aux normes.

L'adaptation aux habitudes de consommation demande essentiellement des solutions techniques.

- La recherche des premiers clients, la mise en place d'un réseau, l'établissement d'un partenariat pour pénétrer un nouveau territoire demandant à l'entreprise de nombreuses compétences.

2.2.6. Les risques liés au transport des marchandises

Les marchandises sont exposées à plusieurs risques lors son acheminement : détériorations, pertes de poids résultant d'un accident ou événement de transport, d'un incendie (risque courant), d'une grève, d'un vol, d'une émeute, une guerre (risque optionnels).

Section 03 : La logistique du commerce extérieur.

3.1. Les moyens de paiement

C'est l'instrument utilisé pour le règlement de l'expédition. Il existe plusieurs techniques de règlement à l'international.

3.1.1. L'encaissement simple.

²⁵ Niosi, «Etude sur l'accompagnement à l'internationalisation des petites et moyennes entreprises », université de QUEBEC, Montréal, 2011, p7.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

On distingue dans l'encaissement simple: le virement international, le chèque, la lettre de change et le billet à ordre

3.1.1.1. Le virement international:

Le virement bancaire international est le transfert d'un compte à un autre, opéré par une banque sur ordre de l'importateur (débitéur), au profit de l'exportateur (le créancier). L'ordre peut être en monnaie nationale ou en devises étrangères.

- **Avantages et inconvénients**

Plusieurs avantages peuvent être énoncés au bénéfice du virement :

- la sécurité des transferts est assurée grâce à des procédures de contrôle très sophistiquées.
- le virement est rapide et ne coûte pas cher.
- Facilité d'utilisation.
- Le système fonctionne 24h sur 24.

En termes d'inconvénients, nous retiendrons que :

- Le virement international ne constitue pas une garantie de paiement, sauf s'il est effectué avant l'expédition de la marchandise.
- L'ordre de virement est laissé à l'initiative de l'importateur.
- Il ne protège pas l'entreprise contre le risque de change dans le cas d'un virement en devises.

- **Le virement SWIFT**

Il existe plusieurs types de virement, dont le virement SWIFT (Society For World wide Interbank Financial Télécommunication). Ce système permet des échanges privés de messages télématiques entre banques adhérentes. Ce réseau est plus rapide, plus souple, plus sûr et plus économique. Une cinquantaine de pays est rattachée à ce réseau. Il est fondé sur des ordinateurs reliant les banques entre elles.

3.1.1.2. Le chèque

Le chèque est un titre de paiement par lequel le titulaire d'un compte donne ordre au banquier de payer à un bénéficiaire un montant déterminé à prélever sur les fonds ou sur les crédits du titulaire.²⁶

Le chèque est un instrument relativement peu utilisé dans les transactions commerciales internationales. En effet, le chèque se caractérise, malgré sa simplicité d'utilisation, par de nombreux inconvénients:

²⁶ <file:///C:/Users/AS/Downloads/532a11caaf02d.pdf> le 02/12/2018 à 19:50

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

- L'émission du chèque est laissée à l'initiative de l'acheteur.
- Le temps d'encaissement est plus ou moins long. Le chèque, une fois émis, est adressé à l'exportateur, qui le remet à sa banque pour que celle-ci le présente à la banque de l'importateur pour paiement
- Si le chèque est libellé en devises, l'exportateur est exposé auv risque de change
- Le statut juridique du chèque et la possibilité de faire opposition varient fortement d'un pays à l'autre. Ainsi, un importateur peut effectuer une opposition sur le chèque qu'il a précédemment émis
- le chèque peut être volé, perdu, voire falsifié
- la réglementation des changes peut limiter l'usage des chèques en commerce international

3.1.1.3. La lettre de change

Appelée également traite est un effet de commerce transmissible par lequel l'exportateur (le tireur) donne l'ordre à l'importateur (le tiré) ou à son représentant (son banquier) de lui payer une certaine somme, à une date déterminée. L'exportateur expédie la traite à l'importateur pour que celui-ci la lui retourne acceptée, c'est-à-dire signée²⁷.

La lettre de change dispose de nombreux avantages qui en font de lui un instrument de paiement assez fréquent en commerce international, notamment dans le cadre du crédit documentaire :

- il matérialise une créance qui peut être négociée (escomptée) auprès d'une banque. L'exportateur peut être assuré du paiement de sa créance en demandant l'aval de la banque de l'importateur. Cette garantie bancaire n'est évidemment pas donnée automatiquement et gratuitement.
- La lettre de change peut être transmise par endossement pour régler une dette.
- L'effet est émis à l'initiative du vendeur et non de l'acheteur, ce qui est toujours plus intéressant pour ce premier
- La traite détermine précisément la date de paiement.

La lettre de change présente néanmoins les inconvénients suivants :

- Elle ne supprime pas les risques d'impayés (sauf si elle bénéficie de l'aval d'une banque),
- De perte et de vol.

²⁷ <file:///C:/Users/AS/Downloads/532a11caaf02d.pdf> le 02/12/2018 a 19:46

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

- Son recouvrement peut être long car elle est soumise à l'acceptation de l'importateur, transmise par voie postale et fait intervenir plusieurs établissements financiers.
- L'émission d'une traite peut être accompagnée dans certains pays de mesures légales particulières (prix, langue, ...). Il convient donc de se renseigner à ce sujet avant de l'utiliser.

3.1.1.4. Le billet à ordre

Le billet à ordre est un effet de commerce émis à l'initiative de l'acheteur (le souscripteur), par lequel celui-ci promet le paiement d'une certaine somme, à vue ou à terme, à son créancier, c'est-à-dire le vendeur (le bénéficiaire). Le règlement « à vue » se fera sur présentation du billet à ordre à la banque qui y est indiquée.

Le billet à ordre ressemble à s'y méprendre à la lettre de change. Il a quasiment les mêmes avantages et inconvénients (il peut être avalisé par une banque, endossé, négocié, ...), s'il reste un instrument rarement utilisé voir même fortement déconseillé ! C'est parce qu'il est émis à l'initiative de l'acheteur. Il permet en effet à l'importateur d'influencer la date d'expédition des marchandises, celle-ci étant souvent conditionnée à l'établissement du paiement.

3.1.2. La remise documentaire

La remise documentaire (ou encaissement documentaire) est une opération par laquelle un exportateur mandate sa banque de recueillir une somme due ou l'acceptation d'un effet de commerce par un acheteur contre remise de documents. Il s'agit de documents commerciaux (factures, documents de transport, titres de propriété, ...) accompagnés ou non de documents financiers (lettres de change, billets à ordre, chèques ou autres instruments analogues pour obtenir le paiement d'une somme d'argent)²⁸.

La remise documentaire peut se faire selon deux formes :

- Documents contre paiement (D/P) : la banque située à l'étranger ne remettra les documents que contre paiement immédiat. Cette formule présente une bonne sécurité pour l'exportateur. Celui-ci reste néanmoins soumis au risque de refus des documents et de la marchandise par l'acheteur.
- Documents contre acceptation (D/A) : la banque située à l'étranger ne donnera les documents à l'acheteur que contre l'acceptation par ce dernier d'une ou plusieurs traites

²⁸ <file:///C:/Users/AS/Downloads/532a11caaf02d.pdf>

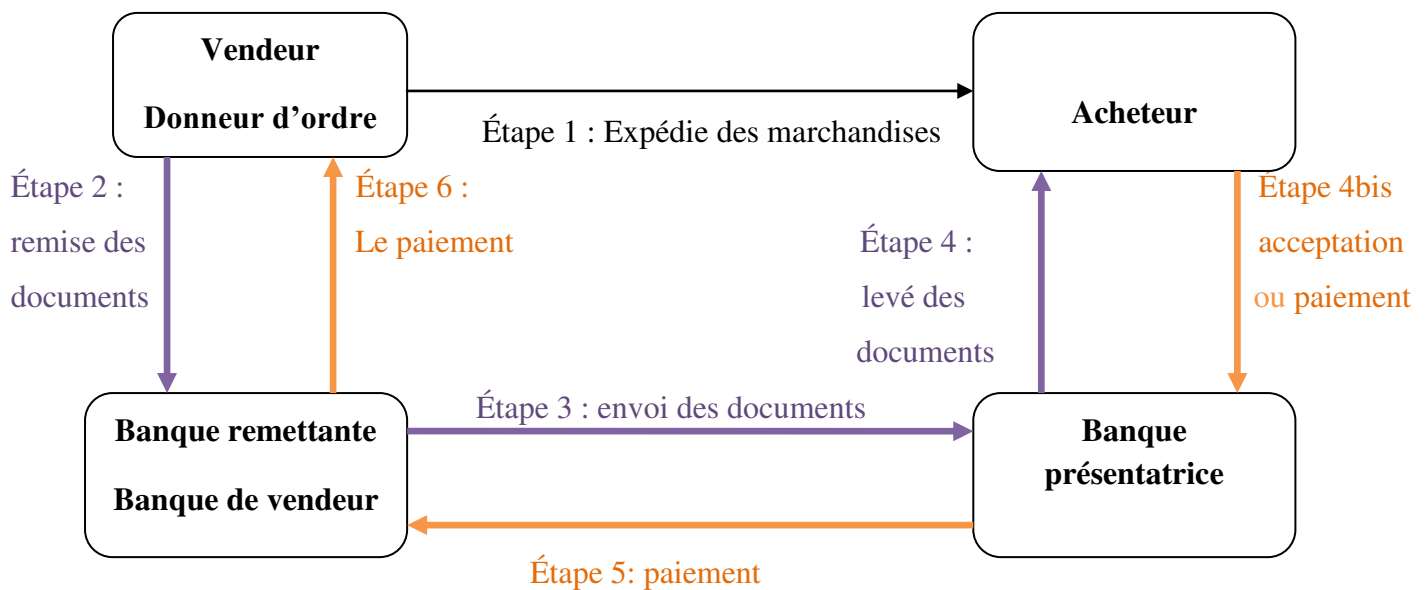
Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

payables à une échéance ultérieure. Cette formule n'offre pas de garantie sûre au vendeur, puisque le règlement de l'acheteur n'interviendra qu'à l'échéance de la traite.

L'exportateur veillera donc à demander un aval de la banque sur les traites afin d'éviter le risque d'insolvabilité.

• Le mécanisme

Figure N°02 : Fonctionnement d'une remise documentaire



Source : cours management international

3.1.3. Le crédit documentaire

Le crédit documentaire est l'engagement d'une banque de payer un montant défini au fournisseur d'une marchandise ou d'un service, contre la remise, dans un délai déterminé, de documents énumérés qui prouvent que les marchandises ont été expédiées ou que les prestations ou services ont été effectués. L'objet de ces documents est de rendre vraisemblable l'exécution correcte des obligations de l'exportateur. Ces documents seront ensuite transmis par la banque à l'acheteur contre remboursement, pour que ce dernier puisse prendre possession de la marchandise.

De ce fait la technique du crédit documentaire répond à une double exigence:

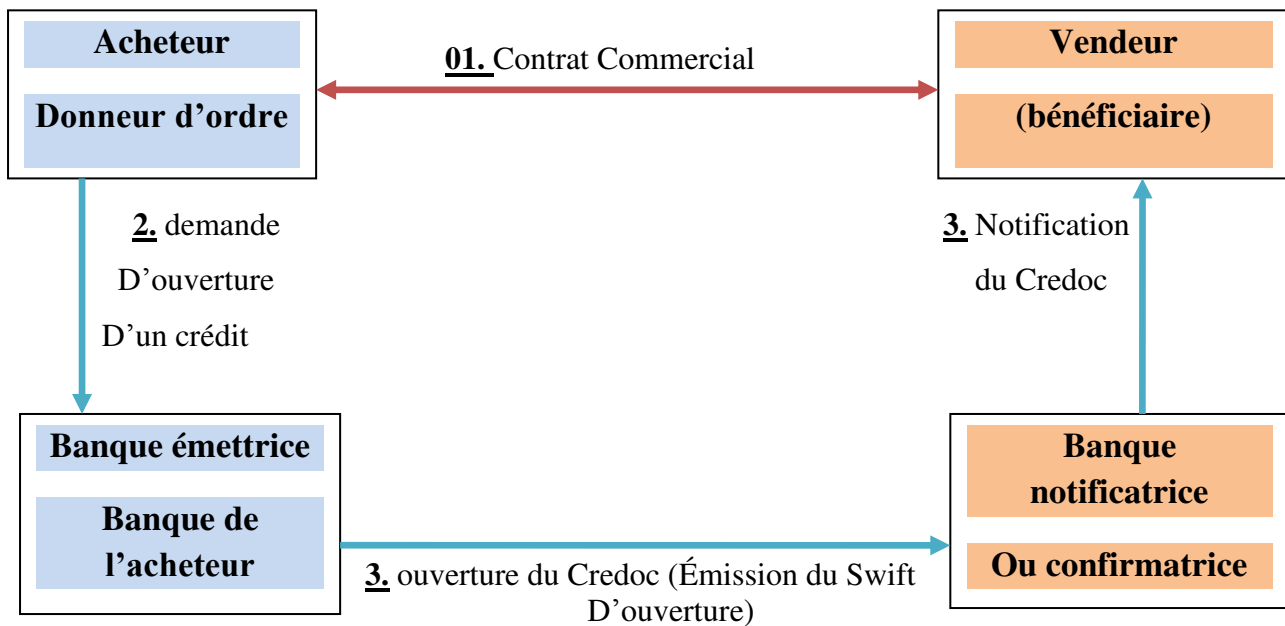
- faire bénéficier l'exportateur d'un engagement bancaire émanant de la banque de l'importateur, et distinct du paiement effectif de l'importateur (la banque s'engageant à payer, même si l'importateur éprouve une quelconque difficulté à le faire)

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

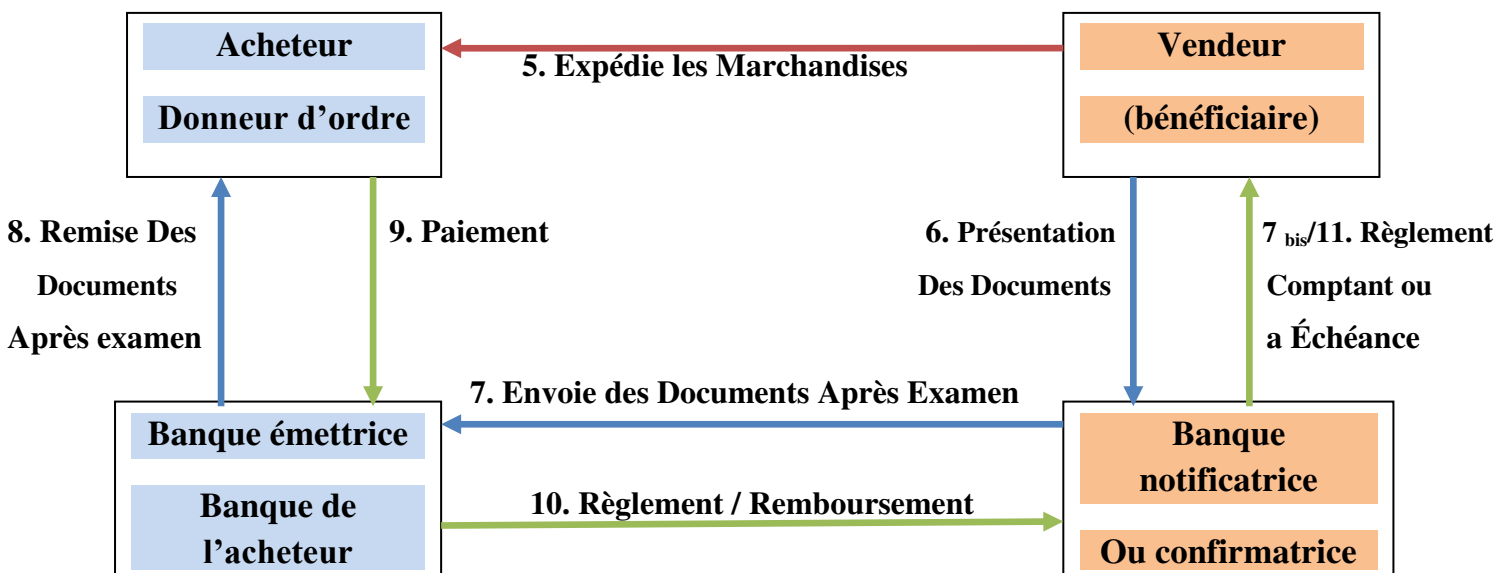
- donner l'assurance à l'importateur que la garantie bancaire ne sera levée que si le vendeur peut montrer qu'il a correctement exécuté toutes ses obligations.

Figure N° 03 : Fonctionnement du crédit documentaire

Phase 01 : L'ouverture/ l'Émission du Crédit Documentaire



Phase 02 : La réalisation du Crédit Documentaire



Source : cours management International

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

Ils existent 4 modes de réalisation du crédit documentaire

- **Paiement à vue:** Si la banque notificatrice est mandatée pour payer les documents, elle vérifie leur conformité et règle l'exportateur. Dans ce cas, elle peut accorder à l'exportateur une avance en attendant l'encaissement définitif des fonds auprès du banquier émetteur.
- **Paiement par acceptation:** Le vendeur tire une traite, non pas sur son acheteur, mais sur une banque qui l'accepte en échange des documents conformes au crédit documentaire, lorsque la traite est acceptée le vendeur peut l'escompter auprès de sa banque.
- **Le paiement différé :** Une date de paiement du crédit est convenue au moment de la conclusion du contrat commercial, entre l'acheteur, et le vendeur. Cette date d'échéance est clairement indiquée sur la lettre de crédit par exemple « paiement à 30 jours ».
- **Le paiement par négociation:** La banque notificatrice achète les documents au bénéficiaire du crédit et les revend ensuite à la banque émettrice. La banque prélève sur le bénéficiaire du crédit, une commission et des intérêts pour un nombre de jours correspondant sensiblement à l'envoi des documents à la banque émettrice et au retour des fonds.

3.2. Les incoterms

Les Incoterms (International Commercial Terms) sont des termes commerciaux, publiés par la Chambre de commerce internationale à Paris depuis 1936 pour régir le partage des frais et des risques entre un vendeur et un acheteur.

Ces termes définissent les responsabilités et les obligations d'un vendeur et d'un acheteur dans le cadre des contrats commerciaux internationaux, notamment en regard de la livraison de la marchandise (chargement, type de transport, assurances...) et des obligations documentaires du vendeur. Les incoterms ont trois fonctions :

- Ils répartissent les frais de transport entre l'acheteur et le vendeur.
- Ils définissent le lieu de transfert des risques, c'est-à-dire qui du vendeur ou de l'acheteur aura à supporter l'avarie en cas de mauvaise exécution du transport.
- Ils déterminent les obligations de livraison qui incombent, en terme de délai, au vendeur (exemple : CIP Tunis, avec expédition au plus tard de France le...)

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

La norme Incoterms 2000 définit 13 incoterms que l'on peut classer de 3 manières : par mode, par type de vente ou par groupe.

Tableau N°01 : Répartition des INCOTERMS par type de vente/ Mode de transport

Mode de Transport	Vente au départ	Vente a l'arrivé
Tout Mode	EXW FCA CPT CIP	DDU DDP
Terrestre		DAF
Maritime	FAS FOB CFR CIF	DES DEQ

- **Vente départ:** La marchandise voyage, sur le transport international, aux risques et périls de l'acheteur.
- **Vente à l'arrivée:** La marchandise voyage, sur le transport international, aux risques et périls du vendeur.

Tableau N° 02: répartition des INCOTERMS par groupe

Group E (Départ)	EXW
Group F (Transport principal non payé)	FAC, FCA, FOB
Group C (Transport principal payé)	CFR, CIF, CPT, CIP
Group D (Delivrer)	DAF, DES, DEQ, DDU, DDP

Source : http://univerre.fr/private12/upload/pdf_doc/1050.pdf

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

Tableau N° 03: Tableau des INCOTERMS

	EXW	FAS	FCA	FOB	CFR	CPT	CIF	CIP	DAT	DAP	DDP
Conditionnement & Emballage	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Empotage chargement à l'usine	A	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Pré-acheminement	A	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Dédouanement Export	A	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Opérations d'embarquement	A	A	A	A/V	V	V	V	V	V	V	V
Transport principal	A	A	A	A	V	V	V	V	V	V	V
Assurances	A	A	A	A	A	A	V	V	V	V	V
débarquement	A	A	A	A	A	A	A	A	V	V	V
Dédouanement Import	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	V
Post-acheminement	A	A	A	A	A	A	A	A	A	V	V
Déchargement	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A/V	A/V

Source : http://univerre.fr/private12/upload/pdf_doc/1050.pdf

Conclusion

Au terme de ce chapitre, nous concluons qu'un pays puisse exporter, il doit disposer des meilleurs conditions dans la production de biens pour lesquels ils disposent de l'avantages comparatif, il doit se spécialiser dans la production des biens qui demandent une main d'oeuvre intense.

L'internationalisation représente souvent une forte opportunité de développement. Ce dernier est justifié par des facteurs liés à l'entreprise d'avoir conquérir de nouvelles parts du marché, d'accroître sa notoriété, son influence, son chiffre d'affaire, de diversifier ses approvisionnements et ses débouchés.

Chapitre 01 : Les fondements théorique du commerce international

Avant toute activité, les entreprises désirant de s'implanter à l'extérieur du marché local doivent d'abord faire une analyse pour identifier et de déterminer les risques liés à l'international.

CHAPITRE 02

Chapitre II : Le Commerce extérieur en Algérie

Le commerce extérieur en Algérie se caractérise par une forte dépendance vis-à-vis des prix du pétrole. Dans le cadre du développement des exportations algériennes notamment celles des produits hors hydrocarbures, les autorités algériennes ont mené une série de mesures de soutien et d'accompagnement des entreprises exportatrices, notamment suite à la période de crise de 1986 et à la crise financière de 2008, qui a touché le développement des entreprises algériennes en particulier et de l'économie algérienne en général. À cet effet, un ensemble d'actions a été engagées par les autorités algériennes, et ayant pour objectif principal de libéraliser le commerce extérieur. Dans ce chapitre, nous allons présenter le commerce extérieur de l'Algérie.

Section 01 : L'évolution des politiques commerciales en Algérie.

1.1. Le processus de libéralisation du commerce extérieur en Algérie

1.1.1. L'évolution du cadre juridique du commerce extérieur.

Nous tenterons ici d'examiner la nature et le contenu du cadre juridique du commerce extérieur en Algérie. Pour les besoins de cette analyse, nous examinerons successivement: le cadre réglementaire de 1963 à 1988, les tentatives de libéralisation entre 1988 et 1994, et la libéralisation du commerce extérieur (après 1994).

1.1.1.1. Période de (1963-1988) «Le monopole de l'État sur le commerce extérieur»

Pendant la période de la planification, les importations et les exportations de l'Algérie sont passées sous le contrôle exclusif de l'État, et ce en vertu de la loi sur le monopole de l'État sur le commerce extérieur promulguée en 1978. Cette loi stipule que toute transaction de vente ou d'achat à l'étranger doit s'effectuer par l'intermédiaire de l'entreprise étatique détenant le monopole sur les échanges extérieurs du produit en question¹. L'Algérie s'est engagée depuis la fin des années 1980, à garantir un cadre institutionnel adéquat aux exigences de l'économie de marché et le développement du secteur privé. De nombreuses lois ont été promulguées en guise d'encourager l'implantation des entreprises en leur facilitant les modalités de création, de procédures administratives.

A. Le régime du commerce d'importation

¹<https://elbassair.net/Centretelmsan/13.pdf>

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

Le début de cette période était caractérisé par une brève liberté relative au commerce d'importation, puisque l'État se limitait à certaines procédures de contrôle à l'importation.

L'Algérie ayant opté pour le protectionnisme, en prenant un certain nombre de mesures tel que le contingentement à l'importation instituée par le décret N° 63/188 du 16 mai 1963², consistant à fixer à l'avance, la nature et la quantité des marchandises à importer. Cette politique de contingentement, conçue par le ministère du commerce, et mise en œuvre en juin 1964, par l'intermédiaire de licences d'importation, avait pour objectifs principaux ; la protection de la production et l'emploi nationaux, la limitation des importations dites de luxe dans le but de favoriser l'économie de devises, l'amélioration de l'état de la balance commerciale, et enfin, la consolidation du protectionnisme³.

Pour le suivi de cette politique, les pouvoirs publics ont mis en place deux organismes à savoir : les organismes publics et les groupements professionnels d'achat.

➤ Les organismes publics

En 1963, a été mis en place l'Office National de Commercialisation (ONACO) dont la fonction est d'approvisionner le marché en produits de grande consommation (café, sucre, thé, beurre...), pour lesquels, il dispose d'un monopole à l'importation et à l'exportation. Cet office a joué un rôle important dans la stabilisation des prix de ces produits, ses pertes sur certains produits sont compensées par des bénéfices élevés sur d'autres produits ou par des subventions du Trésor. Ce premier office, typiquement national, sert d'abord d'expérience, ensuite de modèle dans le domaine de la nationalisation du commerce d'importation⁴.

➤ Les groupements professionnels d'achat

En 1964, les pouvoirs publics ont créé des groupements professionnels d'achat qui réunissaient à la fois l'État et des importateurs privés, constituant des sociétés à capital en majorité public, jouissant d'un monopole d'importation pour les produits branches (le bois et dérivés, les textiles artificiels et le coton, le lait et dérivés, les cuirs ...).

Leurs fonctions étaient d'élaborer des programmes d'importation et de répartir les importations entre leurs membres. Dans le cadre des programmes de développement en 1966, de multiples entreprises publiques ont été créées, auxquelles a été conféré le monopole à l'importation pour les produits de leurs branches. Cinq GPA étaient effectivement créés ;

² www.vitaminedz.com/articlesfiche/1154/1154165.pdf

³ Mémoire « Les exportations hors hydrocarbures en Algérie UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA, Promotion: 2016-2017.

⁴ Benissad, H, (1991), « La réforme économique en Algérie ou l'indicible ajustement structurel », Alger. OPU.

- Le BOIMEX pour le bois et dérivés
- Le CITEXAL pour les textiles artificiels
- Le CADIT pour les autres textiles
- Le CAIRLAC pour le lait et dérivés
- Le GICP pour les cuirs et peaux.

Dés 1972, le monopole a connu un nouveau fonctionnement par la distribution des licences d'importations en vue de favoriser la programmation des achats à l'étranger par les entreprises publiques détentrices d'un monopole.

➤ **Système des Autorisations Globales à l'importation (AGI)**

A partir de 1974, et à travers l'ordonnance 74/12 du 30 janvier, relative aux conditions d'importation, les marchandises sont réalisées sous le couvert des Autorisations Globales d'importation (AGI) pour les opérations du secteur privé⁵. Les (AGI) étaient alors délivrées par le ministère du commerce et les licences d'importations étaient octroyées par l'OSCIP⁶.

Le texte relatif au programme général d'importation prévoit trois régimes d'importation selon les produits comme suit:

- Quelques marchandises libres à l'importation.
- Les marchandises contingentées nécessitant une AGI du ministère du commerce.
- Les marchandises importées dans le cadre des AGI, sont délivrées annuellement aux entreprises publiques de production ou de service, et forment des licences de paiement. Ses autorisations sont attribuées aux organismes publics détenteurs de monopole à l'importation.

➤ **La nationalisation de commerce à l'importation**

Le fonctionnement réel du monopole de l'État sur les importations est lancé en 1978, renforcé par la loi N°78/02 du 11 février, bouleverse l'organisation du commerce extérieur, en nationalisant toutes les transactions sur achats et ventes. L'article premier de

⁵ L'ordonnance 74-12 du 30 janvier 1974.

⁶ L'Office pour l'orientation, le Suivi et la Coordination de l'Investissement Privé (OSCIP) qui a été marquée par une volonté d'encadrer et d'orienter les PME, selon les objectifs fixés par le plan quinquennal de l'époque, conformément à ces dispositions durant la période entre 1982 et 1988.

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

cette loi confère le caractère exclusif du monopole du commerce extérieur aux organismes étatiques seuls à pouvoir intervenir en matière d'échanges extérieurs. Cette loi met en avant trois principes fondamentaux:⁷

- La confirmation formelle du principe de l'intervention étatique « exclusive » au niveau du commerce extérieur ;
- L'interdiction de toute forme d'intervention au niveau du commerce extérieur des opérateurs privés exerçant une activité d'intermédiaire avec les sociétés étrangères ;
- Les AGI accordées aux entreprises publiques et des licences d'exportation délivrées aux entreprises privées.

Le 17 juin 1978, une instruction présidentielle édicte des principes devant guider les entreprises publiques dans leurs transactions commerciales avec l'étranger, ce sont :

- La prise en considération des capacités de production dans la satisfaction des besoins locaux avant tout recours à l'importation ;
- Les importations sont à effectuer, en priorité auprès de pays liés à l'Algérie par des accords commerciaux ;
- L'opération d'importation de biens et services doit appeler une opération de crédit à des conditions avantageuses.

Plusieurs problèmes ont été soulevés par les entreprises à la pratique du monopole de l'État sur le commerce extérieur ; il s'agissait notamment, du caractère insuffisant des capacités matérielles disponibles, en particulier au niveau des infrastructures portuaires, des moyens de transport et de manutention, et la complexité des formalités administratives, recommandées dans le cadre de la réglementation du commerce extérieur et la défaillance des structures administratives qui participent à la réalisation des opérations de commerce extérieur (banques, douane, assurance...).

B. Le régime du commerce d'exportation

Durant cette période, les exportations étaient gérées de la même façon que les importations, par des organismes publics dotés d'un monopole, tels que l'office national de

⁷ www.commerce.gov.dz/questions-frequentes/collection/commerce-exterieur

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

commercialisation (**ONACO**). Le régime des exportations a évolué en deux périodes : La période « porte ouverte », la période « monopole de l'État »⁸.

➤ Phase de porte ouverte (période 1974-1978)

Cette période est caractérisée par la liberté du commerce à l'exportation, soutenue par l'ordonnance 74/11 du 30 janvier 1974, qui a suspendu l'exercice des monopoles à l'exportation par les entreprises publiques. Cette liberté intéresse les produits nationaux et réexportés après ouvrage. Par contre, la réexportation en l'état de produits importés, elle est soumise à l'autorisation du ministère du commerce⁹. Cependant, cette liberté à l'exportation connaît quelques limitations concernant certains produits (comme les farines, les pâtes alimentaires etc.) qui sont contingentés ou complètement interdit à l'exportation, et les produits libérés susceptibles d'être exportés sur autorisation du ministère du commerce¹⁰.

➤ Phase de monopole de l'État (période 1978-1986)

En février 1978, le ministère des finances et de l'économie a imposé la loi 78/02 relative au monopole d'État sur le commerce extérieur. D'après l'article «1» de cette loi « les exportations de biens, fournitures, services de toutes natures sont du ressort exclusif de l'État »¹¹, ce qui, signifie que tout contrat avec une entreprise étrangère ne peut être conclu que par l'État.

Cette législation relative à la mise en œuvre du monopole de l'État sur le commerce extérieur, a été à l'origine de la formulation par le ministère du commerce, d'un programme générale d'Exportation (PGE) et mise en place annuellement par le gouvernement. Ce programme est géré soit des Autorisations Globales d'Exportation (AGE) qui intéressent les entreprises publiques, soit des licences d'exportation, quand il s'agit des entreprises privées.

Le monopole sur le commerce extérieur, dans l'expérience algérienne, se situe au carrefour de trois objectifs à atteindre. Il est comme instrument de planification, de contrôle

⁸ Mémoire «Contribution des PME algériennes au commerce extérieur » UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA, promotion juin 2013

⁹ www.commerce.gov.dz/avis/communiqué-relatif-aux-mécanismes-d-encadrement-des-operations-d-importation-de-marchandises

¹⁰ Mémoire «Contribution des PME algériennes au commerce extérieur » UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA, promotion juin 2013

¹¹ Mémoire « Les impacts du commerce extérieur sur les performances de l'économie algérienne depuis l'indépendance à nos jours » université Abderrahmane Mira de Bejaia, année universitaire 2007/2008.

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

des changes et un outil opérationnel. La crise du système productif algérien n'a fait que révéler les lacunes de la stratégie adoptée par les pouvoirs publics algériens.

En effet, les résultats ont été fortement éloignés des espérances et l'économie algérienne souffre d'énormes handicaps. Les relèvent de divers domaines, nous en citons les principales comme suit:

- Surcoût des investissements et faible utilisation des capacités de production.
- Dépendance extérieure en termes de la maîtrise technologique.
- Faible contribution de l'agriculture au PIB et dépendance alimentaire ;
- Fardeau de la dette et poids de la contrainte extérieure ;
- La crise du rapport salarial due à l'absence de procédures de régulation du travail.

L'intervention des pouvoirs publics sur les opérations de commerce international font baisser les exportations hors hydrocarbures. En 1974, les exportations hors hydrocarbures enregistrent 319 millions d'USD¹² soit 7,49% du total des exportations, et l'exportation d'hydrocarbure atteint 92,51% du total des exportations. Et en 1980 les exportations hors hydrocarbures enregistrent 243 millions d'USD soit 1,56% du total des exportations, soit une diminution de 5,9% par rapport à l'année 1974¹³. Cette dégradation est le fruit de la loi N° 78-02 qui donne le monopole à l'État sur le commerce extérieur.

1.1.1.2. Période de (1988-1994) « Les tentatives de libéralisation du commerce extérieur »

A partir de 1988, l'Algérie a tenté de libéraliser son commerce extérieur, à travers de nombreuses réformes économiques ayant comme objectif l'assainissement de l'économie nationale. Le premier texte dans ce contexte était la loi 88/01, sur l'autonomie des entreprises publiques économique (EPE), qui a conduit à des changements significatifs, telle que la suppression des AGI et le plan général d'importation. Trois autres textes ont été mis en place:

¹² Mehdi A, l'ouverture commerciale de l'Algérie, cahier de recherche N°13/2011

¹³ MIMOUNE L & KHELADI M « LA POLITIQUE DE L'ETAT DANS LE SECTEUR DU COMMERCE EXTERIEUR »
Université A.Mira de Béjaia

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

- La loi 88/29 qui apporte les premiers changements au régime du commerce extérieur prévalent depuis 1978, conférant l'exercice du monopole de l'État à travers des concessions accordées à des entreprises publiques, organismes publics ou groupement d'intérêt commun.
- Au mois de septembre de la même année, le décret 88/167 affirme que le système des « budgets devises annuels » est un instrument privilégié de régulation des échanges extérieurs et remplace le système des AGI.
- La loi 89-12 qui a été introduit en juillet 1989, apporte une nouvelle politique commerciale appelée « la vérité des prix », qui ne fait plus de distinction entre l'importation et la production locale, entre grossistes et détaillants (privé, public), entre distributeur et vendeur. La démonopolisation du commerce extérieur est soutenue par la loi 90-10 relative à « la monnaie et le crédit » fondée sur la liberté et l'égalité de traitement. Pour le développement, toutes les entreprises algériennes qu'elles soient publiques ou privées bénéficient désormais d'un même traitement. En effet, la Banque d'Algérie élabore un règlement relatif à l'agrément et à l'installation des concessionnaires en Algérie.

Par la suite, cette mesure a été élargie dans le cadre du décret n° 91/37 de 13 février 1991 relatif aux conditions d'autorisation de toute personne physique ou morale, inscrite au registre du commerce algérien, à importer des biens pour les vendre à titre de grossiste.

Tous les produits interdits à importer notamment par les entreprises privées et sans l'autorisation de ministère du commerce (les céréales, viandes...), peuvent être importés par le biais de l'instruction du 21 avril 1991, relative aux conditions et règles de financement des opérations d'importation.

La Banque d'Algérie exige une seule règle pour les opérateurs nationaux et pour les opérateurs étrangers, qui est la domiciliation bancaire en Algérie.

A. Les encouragements fiscaux

La loi de finance pour l'année 1986, a introduit une exonération fiscale relative à l'impôt sur les bénéfices industriels et commerciaux (**BIC**) sur la partie du chiffre d'affaire des entreprises (publiques ou privées) réalisé à l'extérieur, et une autre sur le versement forfaitaire assis sur la masse salariale, cette exemption couvre une période de 1 à 5 ans.

B. Les encouragements en matière de prix

Le décret 86.46 du 24 décembre 1986, relatif à « l'aide en matière de promotion des exportations (AMPEX) » institue une subvention aux prix.

Il s'agit de soutien apporté non à l'exportateur, mais aux produits exportés, modulé et différencié, selon la nature du bien (selon le contenu en valeur ajoutée locale du bien et son taux d'intégration sur le marché extérieur).

C. Les encouragements en matière d'assurance

La Compagnie Algérienne d'Assurance (SAA) a annoncé des garanties sur les exportations couvrant (à l'exportation d'une franchise de 10 à 20% du coût de marchandise restant à la charge de l'entreprise) les risques commerciaux, les risques non commerciaux (confiscations, troubles publics) et les risques inhérents à des catastrophes naturelles. Par contre, sont exclus de l'assurance, les taux de change, les mesures de saisies judiciaires, les mesures conjoncturelles de politique économique du pays du client.

1.1.1.3. Période après 1994 « La libéralisation du commerce extérieur »

Les difficultés de l'économie algérienne ont commencé à se faire sentir et s'aggraver pesant lourdement sur les échanges extérieurs du pays, poussant les pouvoirs publics à solliciter l'assistance des institutions financières internationales de Bertton-Woods, particulièrement, le fond monétaire international (F.M.I). Cette assistance était conditionnée par mise en œuvre d'un programme d'ajustement structurel, dont l'une des conditionnalités était la libéralisation de commerce extérieur.

Ce programme qui s'étale de 1994 à 1998, vise à restaurer les équilibres macro et microéconomiques en apportant les corrections nécessaires aux différentes distorsions qui caractérisent l'économie algérienne. « Le Programme d'Ajustement Structurel (P.A.S) qui en a découlé imposait plusieurs objectifs, visant tous à assurer les grands équilibres macroéconomiques et à préparer les conditions d'une relance de la croissance économique¹⁴ ». Dans l'ensemble, le programme s'articule autour de mesures classiques de politiques budgétaire, monétaire et de change qui se résument en ce qui suit¹⁵ :

- La réduction du déficit budgétaire.
- L'amélioration de la performance financière des entreprises publiques économiques.

¹⁴ Bouyakoob, A, (2006), « L'économie algérienne et le programme d'ajustement structurel », p.78, www.revueplurielles.org.

¹⁵ Idem

- La révision de la politique de subvention et de fixation du taux d'intérêt.
- La modification du taux de change de la monnaie nationale.
- La libéralisation graduelle du commerce extérieur.

A. Le régime à l'importation

Ce régime a connu un changement en 1994, lorsque la Banque d'Algérie a modifié les conditions de financement des opérations d'importation, conférant aux banques agréées une responsabilité dans l'exercice d'un contrôle adéquat à l'exécution d'une opération d'importation.

L'importation des marchandises est désormais effectuée par tout agent économique titulaire d'un registre de commerce ou par toute administration sur la base d'une domiciliation bancaire préalable et obligatoire. Depuis l'institution n°55/94 du 06/09/1994, rendant applicables, aux artisans, les dispositions de l'instruction n° 20/94 du 12 avril 1994, fixant les conditions financières des opérations d'importations, la notion d'opérateur économique est étendue aux artisans, ce qui leur permet d'exercer librement les opérations d'importations.

En règle générale, les opérations d'importations s'effectuent sans formalité administrative, à l'exception d'une procédure de déclaration statistique préalable aux importations de produits alimentaires stratégiques ou de première nécessité¹⁶ (sucre, café, lait en poudre, semoule, farine, blés dur et tendre, légume secs et concentré de tomate). Pour le règlement des importations, l'opérateur, en concertation avec sa banque, a plusieurs possibilités ; régler au comptant, financer l'importation par imputation sur une ligne de crédit multilatérale ou gouvernementale existante, recourir à des crédits fournisseurs à l'exportation dont les conditions sont conformes aux normes internationales, ou alors débiter un compte en devise.

B. Le régime à l'exportation

En dehors des exportations d'hydrocarbures et de produits miniers, le principe général concernant les exportations, est la liberté assortie de certaines exceptions à caractère très limitée¹⁷. Depuis 1994, le producteur désirant exporter une partie de sa production, doit le faire

¹⁶ Mémoire « *Contribution des PME Algériennes dans le commerce international* » UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA Promotion juin 2013

¹⁷ Par les arrêtés du 26 février 1994 sur l'exportation du corail brut ou semi-fini, du 9 avril 1994 concernant les plantes de palmiers, les ovins et bovins reproducteurs et les objets représentant un intérêt national aux plans de

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

par l'intermédiaire d'une domiciliation bancaire qui sert pour le passage à la frontière et le règlement financier de l'opération d'exportation. Le règlement doit s'effectuer en devise sur une banque domiciliataire agréée.

En cas de difficultés d'encaissement dans un délai de 120 jours à compter de la date d'expédition de la marchandise, l'opérateur doit informer sa banque domiciliataire. L'année 1995, est marquée par un approfondissement de la libéralisation du commerce extérieur à travers notamment :

- L'accroissement et la simplification des procédures applicables au niveau de toute la chaîne d'intervenants ou auxiliaires du commerce extérieur (banques, douanes, transports, assurances) et l'allégement des procédures des opérations du commerce extérieur¹⁸.
- L'encouragement des opérateurs économiques et de l'administration aux pratiques optimales, en matière d'encadrement, de régulation du commerce extérieur, avec la possibilité d'accès aux réseaux et systèmes de données informatisées dans le cadre de la promotion et de l'information commerciale¹⁹.
- La mise en place d'une instrumentation d'encadrement efficace et incitative pour un développement et une diversification des exportations.

Et en 2001, une révision du tarif douanier algérien et son plafonnement à 5%, 15%, 30% ont été introduits²⁰.

L'ouverture de l'économie algérienne sur l'extérieur via les accords d'association avec l'Union européenne, de libre échange avec d'autres pays et la future adhésion à l'OMC, ont accentué la concurrence sur le marché national. Ceci a exigé une harmonisation du régime juridique de la concurrence, qui a été mis en place par l'ordonnance 03/03 du 19 juillet 2003, qui abroge l'ordonnance N° 95/06 du 25 janvier 1995²¹.

Ce régime est inspiré de la législation européenne de la concurrence, et a pour objectif la protection de la libre concurrence et la garantie de la transparence et la loyauté dans les pratiques commerciales. Pour ce faire, il détermine des règles strictes de lutte contre les pratiques déloyales des acteurs économiques à l'encontre d'autres, notamment les PME.

l'histoire, de l'art ou de l'archéologie y compris les véhicules anciens.

¹⁸ www.min-commerce-gouve.dz

¹⁹ Idem

²⁰ Ibidem

²¹ Mémoire « accords d'association Algérie-Union Européen » université d'ORAN, année universitaire 2010-2011

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

L'abus de position dominante est également interdite par ce régime, qui consiste à ce qu'une grande entreprise utilise sa position dominante sur le marché pour étouffer des concurrents de moindre taille, ainsi que l'interdiction des actions concertées qui créent ou renforcent ces positions dominantes.

L'Algérie surveille aussi d'éventuels accords sur les prix entre les grandes entreprises qui risquent d'entraver la concurrence. Cependant, le régime sur la concurrence est vu par les opérateurs privés comme étant répressif, notamment la persistance du favoritisme du secteur public²². En effet les autorités demandent aux opérateurs publics (administrations et collectivités, organismes d'État et entreprises publiques) d'acheter leurs biens et services d'abord et en priorité auprès d'autres institutions de l'État.

L'ordonnance n° 03-04 du 19 juillet 2003, relative aux règles générales applicables aux opérations d'importations et d'exportations de marchandises, fixe le principe général en la matière, qui est le principe de liberté. En vertu de l'article 2 : « Les opérations d'importations et d'exportations de produits se réalisent librement ». En sont uniquement exclus les produits portant atteinte à la sécurité, l'ordre public et la morale.

Un principe de liberté est donc juridiquement consacré, et les seules restrictions sont celles qui sont communément admises par les économies de marché ou la réglementation internationale en la matière²³.

Les produits importés doivent être conformes aux spécifications relatives à la qualité et la sécurité des produits conformément à la réglementation en vigueur et notamment à la loi n° 09/03 du 25 février 2009, relative à la protection des consommateurs et à la répression des fraudes²⁴ « de cette loi, il faut retenir la création d'un conseil national pour la protection des consommateurs, y compris de crédit, la prise en compte et la détermination du rôle des associations de protection des consommateurs, la mise en place d'un système de répression des fraudes, l'obligation des garanties et service après vente, de l'obligation de la conformité des produits et de l'obligation de l'information du consommateur²⁵ ».

Par ailleurs, les opérations d'exportations et d'importations sont soumises au contrôle des changes²⁶, qui ne signifie pas restriction, car des licences d'importations ou d'exportations peuvent être accordées.

²² fseg2.univ-tlemcen.dz/larevue09/FARIDA%20MERZOUK.pdf

²³ www.joradp.dz/FTP/jo-francais/2003/F2003043.pdf

²⁴ www.douane.gov.dz/pdf/diverses.pdf

²⁵ KPMG, guide investir en Algérie, 2012, p 93

²⁶ KPMG, Op-cit, P. 96.

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

Les exportations de l'Algérie des produits hors hydrocarbure ont connu leur niveau le plus élevé au milieu des années 90, au moment où l'Algérie s'était engagée dans la libéralisation de commerce extérieur, mais elles restent marginales ne représentant que 6,59% du total des exportations en 1996, et 3,51% en 1998. Les exportations hors hydrocarbure ont continu à diminuer, pour atteindre 1184 millions d'USD soit de 2,16% du total des exportations en 2006²⁷. Ce qui relève une dépendance quasi totale des hydrocarbures.

1.1.2. L'ouverture commerciale multilatérale et régionale de l'Algérie

L'adoption d'un système de l'économie de marché par l'Algérie au début des années 1990, et la libéralisation de son commerce extérieur qui a été la première étape de ce système et qui a été mené à bien durant la mise en œuvre du plan d'ajustement structurel. L'Algérie s'est donc trouvée prête à rejoindre, à la fin des années 1990, l'OMC et à concrétiser sa participation au processus de Barcelone à travers la signature d'un accord d'association avec l'Union Européenne.

1.1.2.1. L'accession de l'Algérie à l'OMC²⁸

L'Algérie a fait sa demande d'adhésion au GATT, le 03 juin 1987, avant la transition de ce dernier vers l'OMC, mais la procédure n'a pas pu progresser en raison de la crise qu'a connue l'Algérie durant les années 1990. La première réunion du groupe de travail a été tenue en 1998, jusque là l'Algérie avait le statut d'observateur. Pour faire partie de l'OMC, l'Algérie doit satisfaire un cahier des charges qui ne laisse rien au hasard : ouverture total du marché, mise à niveau effective et de toute la réglementation juridique et administrative, et soumettre l'économie à la loi des marchés.

Afin de rendre conforme le régime algérien avec les exigences de l'OMC, un projet de loi sur le commerce extérieur a été adopté par le conseil des ministres le 07 juillet 2003.

La loi de finance complémentaire pour 2007, intervient pour favoriser et soutenir les exportations (à détailler dans la deuxième section). En fin en 2012, les pouvoirs publics algériens n'ont cessé d'étaler des actions et de préfigurer d'autres :

²⁷ Ministère des finances et la direction générale des douanes, statistique du commerce extérieur de l'Algérie, année 2007.

²⁸ Mémoire « contribution des PME algériennes au commerce extérieur » Université A.MIRA BEJAIA promotion juin 2013

- Lutter contre l'économie informelle.
- Signature d'accords bilatéraux avec une multitude de partenaires (Italie, France, Qatar).
- Amélioration de son attractivité vis-à-vis des investissements étrangers (Renault ...)
- Annonce d'une réforme du code des marchés, etc.

L'accèsion de l'Algérie à l'OMC peut lui permettre de bénéficier des avantages que peut tirer un pays en développement en institutionnalisant son ouverture, à savoir : participer à la mise en œuvre d'un système international de régulation, mieux se défendre contre les sanctions unilatérales des pays riches, affirmer son engagement dans un processus irréversible de libéralisation et accroître la crédibilité des réformes. En contre partie, elle lui fera tous les inconvénients d'une telle institutionnalisation, en particulier, la restriction de la marge de manœuvre de l'État pour aider les opérateurs économiques nationaux à affronter la concurrence internationale²⁹.

1.1.2.2. L'accord d'association avec l'Union Européenne

L'Union européenne est le premier partenaire économique et commercial de l'Algérie, en absorbant plus de 60% des ventes d'hydrocarbure (90% des ventes de gaz) et en fournissant de leur côté 60% des importations. Cela fait de l'Algérie le deuxième pays méditerranéen après la Turquie pour l'intensité de ses relations commerciales avec l'Union. L'accord a été signé en décembre 2001 et mis en vigueur en septembre 2005³⁰. Les principales dispositions économiques de cet accord sont les suivant³¹ :

A. La zone de libre-échange³²

Au centre de l'accord, il est prévu la libéralisation progressive du commerce des biens et des services, ainsi que celle des mouvements de capitaux. L'accord de libre échange prévoit la mise en place sur 12 ans, au moyen de l'élimination progressif de tous les droits de douanes pour les produits industriels.

²⁹ Idem

³⁰ Ministère du commerce Algérie, direction de la promotion des Exportations Convention France Maghreb, Paris les 5 et 6 février 2008. WWW.ONS.DZ

³¹ Rapport du FMI, N° 06/101, mars 2006. P.4.

³² Idem

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

Les produits industriels algériens entrent déjà dans la communauté à droits nuls, le démantèlement du côté de l'Algérie s'effectuera sur la base de deux listes :

- Une exemption de droits de douanes dès l'entrée en vigueur de l'accord pour la plupart des biens intermédiaires et produits semi-finis de l'industrie chimique, de la métallurgie, du textile, des matériaux de construction etc.
- Un démantèlement linéaire, mais accéléré sur un calendrier de cinq ans qui doit débiter deux ans après la mise en vigueur de l'accorde.

Cela concerne en générale, les produits pharmaceutiques, pneumatiques, équipements mécaniques, équipements électroniques et électriques, hors électroménager, matériel pour le transport ferroviaire, etc.

Dans le secteur agricole et agro-alimentaire, l'objectif de l'accord est de permettre l'accès préférences pour certain produits.

B. L'harmonisation du cadre de réglementaire³³

Le deuxième élément de l'accord d'association concerne l'harmonisation de la réglementation commerciale algérienne au moyen d'une suppression progressive de toutes les pratiques qui faussent le commerce entre les partenaires, notamment les monopoles, les aides publiques ou les privilèges accordés à des entreprises publiques. L'accord d'association avec l'union européen prévoit l'harmonisation des normes « dans le transport, les télécommunications, etc.) et des systèmes de régulation visant la comptabilité et les services financiers, les statistiques et les douanes. Cet effort d'adaptation est indispensable pour restructurer l'industrie algérienne et pour diversifier son économie en assurant un meilleur accès des produits industriels et manufacturés de l'Algérie aux marchés mondiaux et de l'UE.

C. La coopération

Ce troisième élément a pour objet l'accroissement de la coopération économique, financière, sociale et culturelle. Elle est stratégique parce qu'elle vise à appuyer les principales politiques économiques qui doivent accompagner la mise en œuvre de l'accord³⁴.

³³ Ibidem

³⁴ Rapport du FMI, Op-cit, p.5.

1.1.2.3. Les accords bilatéraux avec les pays arabes³⁵

L'Algérie a signé des conventions avec la plupart des pays arabes en vue de la facilitation et de la promotion des échanges avec eux, mais elles sont restées sans grand effet sur leur commerce. Avec la Tunisie, une convention a été signée en 1981 prévoyant l'exonération des taxes et droits de douanes entre les deux pays, mais elle fut gelée par la partie algérienne en 1996, même chose avec celle signée avec le Maroc en 1989.

Avec la Libye, c'est en 1973, que la convention a été signée, mais non pas appliquée par l'Algérie, même si la partie libyenne accorde, en vertu d'une loi interne, l'exonération des droits de douanes à tous les produits d'origine des pays arabes y compris l'Algérie.

Avec la Mauritanie, une convention commerciale a été introduite en 1996, n'a pu être ratifiée qu'en 2005, et n'est toujours pas mise en application.

La convention commerciale et tarifaire signée avec la Jordanie en 1997, est appliquée par les deux parties, et prévoit l'exonération des droits des douanes et des taxes et impôts d'effet équivalent aux droits de douanes, sauf les marchandises figurant sur une liste négative jointe à la convention.

1.1.2.4. Le Système Généralisé des Préférences commerciales (SGP) avec les USA

Depuis 2004, les produits algériens sont éligibles au SGP américain qui est un système par lequel les États Unis accordent une franchise de droits de douanes pour un certain nombre de produits.

Le bénéfice de cet avantage est conditionné par l'exportation directe de l'Algérie vers les USA sans passer par le territoire d'un autre pays, sauf en transit, et que tous les documents : factures, connaissance et autre pièces doivent indiquer les USA comme destination finale³⁶.

Le système de l'économie planifiée n'a pas servi l'économie de l'Algérie, ce qui a nécessité sa réorientation vers l'économie de marché dès 1994, par l'adoption de plusieurs politiques pour libéraliser le commerce extérieur et améliorer les exportations hors hydrocarbure. Cela ne peut se réaliser que par la démonopolisation des activités commerciales et la création en abondance des PME productives considérées comme le moteur essentiel d'une croissance

³⁵ Mémoire « contribution des PME algériennes au commerce extérieur » Université A.MIRA BEJAIA promotion juin 2013

³⁶ Direction de la promotion des exportations, mars 2007.

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

interne et seules créateurs de richesse durable. La majorité des PME en Algérie sont donc nées à partir de la fin des années 1980, et avant cette date, les PME n'ont joué qu'un rôle mineur dans l'économie nationale.

1.2. La promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie.

Les tentatives d'adhésion à l'OMC et ses conditions, et l'accord d'association avec l'Union européenne ont rendu nécessaire de promouvoir l'exportation hors hydrocarbure, en vue de faire face à la concurrence qui découlera de ces ouvertures déclenchées au milieu des années 90. Pour y parvenir, les pouvoirs publics ont intervenus par la mise en place des politiques de soutien à l'exportation, en créant des organismes d'orientations, de soutien et de suivi aux opérateurs engagés dans le commerce avec l'extérieur, mais aussi, en leur accordant des avantages fiscaux et parafiscaux encourageants.

1.2.1. Les avantages fiscaux et parafiscaux

La législation fiscale algérienne accorde de nombreux avantages pour les opérations d'exportations, portant la taxe sur l'activité professionnelle, sur la valeur ajoutée, ou sur le bénéfice des sociétés.

1.2.1.1. La taxe sur l'activité professionnelle (TAP)

Le montant des opérations de ventes, de transport ou de courtage portant sur des objets ou marchandises destinés directement à l'exportation est exclu du chiffre d'affaires servant de base à la taxe sur l'activité professionnelle, y compris toutes les opérations de processions ainsi que les opérations de traitement pour la fabrication de produits pétroliers destinés directement à l'exportation³⁷.

1.2.1.2. La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) sur les opérations de vente à l'exportation

³⁷ Article 220-3 du code des impôts directs et taxes assimilées.

Cet avantage comporte une exemption de la TVA pour les affaires de ventes et de façon portant sur les marchandises exportées, sous certaines conditions³⁸, ou sur les achats ou importations de marchandises, réalisés par un exportateur, destiné soit à l'exportation ou à la réexportation en l'état, soit à être incorporés dans la fabrication, la composition, le conditionnement ou l'emballage des produits destinés à l'exportation ainsi que les services liés directement à l'opération d'exportation³⁹. Il peut aussi prendre la forme de restitution de la TVA pour les opérations d'exportation de marchandises, de travaux, de services ou de livraison de produits pour lesquels la franchise à l'achat est autorisée par l'article 42 du code de la TVA⁴⁰.

1.2.1.3. L'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS)

Les opérations de vente et les services destinés à l'exportation bénéficient d'une exonération de l'IBS durant une période de cinq (05) années à compter l'exercice de 2001, à condition de réinvestissement de leurs bénéfices ou leurs revenus au titre de ces opérations, (à l'exception les opérations de transport terrestres, aérien, les réassurances et les banques)⁴¹.

1.2.2. Les organismes de soutien aux exportations hors hydrocarbures

Le dispositif institutionnel de soutien à l'export est principalement constitué des organismes suivants :

1.2.2.1. Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE) :⁴²

Institué par la Loi de finances de l'année 1996, le Fonds Spécial Pour la Promotion des Exportations (FSPE) est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs, à travers cinq rubriques. FSPE a connu une refonte dans le cadre de la Loi de Finances Complémentaire pour 2007. Cependant, le FSPE a mis en œuvre uniquement deux de ces rubriques, il s'agit principalement de :

- La prise en charge des frais de participation aux foires et expositions à l'étranger : 80% des frais engagés pour la participation aux foires et expositions inscrites au programme officiel de

³⁸ Article 13 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.

³⁹ Article 42-2 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.

⁴⁰ Article 50 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.

⁴¹ Article 138 du code des impôts et taxes assimilées modifié par l'article 06 de loi de finances pour 2006
Ministère du commerce Algérie, Direction de la promotion des exportations convention France Maghreb, Paris les 5 et 6 février 2008.⁴²

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

la participation de l'Algérie ; 100% des frais engagés pour une participation revêtant un caractère exceptionnel suite à une décision politique ou se limitant à la mise en place d'un guichet unique ; 50% des frais engagés dans le cadre d'une participation individuelle aux autres foires ne figurant pas au programme annuel officiel.

- La prise en charge d'une partie des coûts de transport international des produits périssables ou à destination éloignée : 50% des frais de transport international des produits agricoles périssables à l'exception des dattes; 25% des frais de transport international des produits non agricoles à destination éloignée.

1.2.2.2. Le fonds national de régulation et développement agricole (FNRDA)

Institué par la loi de finances de 2000, ce fonds est destiné à apporter un soutien financier à tout exportateur intervenant dans le domaine de l'exportation de datte, concernant la prise en charge partielle du taux d'intérêt du crédit d'exploitation accordé par les banques algériennes à hauteur de 3% et ce, au titre de crédit consommé dans la limite du montant du chiffre d'affaire réalisé à l'exportation durant la même période.

1.2.2.3. L'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX) :

Créée par le décret exécutif N° 04-174 du 12/06/2004, c'est un établissement public sous la tutelle du ministère du commerce. Instituée pour remplacer l'Office de Promotion des Exportations (**PROMEX**) qui est créé par le décret exécutif n°96-234 du 1er octobre 1996, et dont les missions se limitaient à l'information commerciale et au conseil ainsi que le soutien à apporter aux entreprises à tous les stades de leurs démarches internationales⁴³. Ainsi, dans le cadre de la politique nationale de promotion du commerce extérieur, l'Agence est chargée⁴⁴ :

- D'assurer la gestion des instruments de promotion des exportations hors hydrocarbures
- D'assurer une gestion dynamique du réseau national d'information commerciale;
- D'alimenter les entreprises algériennes en informations commerciales et économiques sur les marchés extérieurs;
- De soutenir les efforts des entreprises algériennes sur les marchés extérieurs;
- De préparer, d'organiser et d'assister les entreprises algériennes dans les foires et manifestations économiques à l'étranger;
- De faciliter aux entreprises algériennes l'accès aux marchés extérieurs;

⁴³ GUENDOUZI. B., « l'information commerciale, facteur de promotion du commerce extérieur », Faculté des Sciences Economiques et des Sciences de Gestion, Université « Mouloud MAMMERI », p. 6.

⁴⁴ Chapitre III article 20 du Journal Officiel de la République Algérienne N° 43, 20 juillet 2003.

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

- D'animer les missions de prospection et d'expansion commerciales;
- D'assister les opérateurs algériens dans la concrétisation des relations d'affaires avec leurs partenaires étrangers;

La diffusion de l'information se fait à travers les différents moyens mis en place par l'Agence pour répondre aux besoins des opérateurs. Le Guichet **Dar El Moussadar** crée en 2008⁴⁵ est un espace approprié pour l'information commerciale, le conseil et l'orientation, ainsi que pour les contacts entre les différents acteurs du processus de l'exportation. Au cours de l'année 2010, 219 opérateurs ont été reçus.

1.2.2.4. La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des exportations (CAGEX) : L'article 4 de l'Ordonnance 96/06 du 10/01/1996 stipule que l'Assurance Crédit à l'exportation est confiée à une société chargée d'assurer⁴⁶ :

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

La CAGEX propose aux exportateurs algériens trois formules de garanties : l'assurance globale, l'assurance individuelle et l'assurance prospection, foires et expositions.

1.2.2.5. La Chambre algérienne de commerce et d'industrie (CACI) :

La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie a été instituée suite au décret 96-94 du 03 mars 1996. Elle a plusieurs missions⁴⁷ :

- Fournir aux pouvoirs publics, sur leur demande ou de sa propre initiative, les avis, les suggestions et les recommandations sur les questions et préoccupations intéressant directement ou indirectement, au plan national, les secteurs du commerce, de l'industrie et des services.
- Organiser la concertation entre ses adhérents et recueillir leur point de vue sur les textes que lui soumettrait l'administration pour examen et avis.
- Effectuer la synthèse des avis, recommandations et propositions adoptés par les chambres de commerce et d'industrie et de favoriser l'harmonisation de leurs programmes et de leurs moyens.

⁴⁵ BENINI Mohamed : « L'absence d'autonomie d'Algex », Entretien avec le DG de l'Algex paru dans le Quotidiend'Oran, 6 novembre 2012, p.41.

⁴⁶ Tiré du site : www.cagex.dz.

⁴⁷ Tiré du site : www.caci.dz.

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

- Assurer la représentation de ses chambres auprès des pouvoirs publics et de désigner des représentants auprès des instances nationales de concertation et de consultation.
- Entreprendre toute action visant la promotion et le développement des différents secteurs de l'économie nationale et leur expansion notamment en direction des marchés extérieurs.

1.2.2.6. L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL) : créée le 10 juin 2001, l'ANEXAL est une association régie par la loi N°90/31 du 24 décembre 1990 ainsi que par ses statuts particuliers.

Les principales missions de cette organisation sont les suivantes :

- Rassembler et fédérer les exportateurs algériens ;
- Défendre leurs intérêts matériels et moraux ;
- Participer à la définition d'une stratégie de promotion des exportations ;
- Assister et sensibiliser les opérateurs économiques ;
- Promouvoir la recherche du partenariat à travers les réseaux d'informations
- Promouvoir l'échange d'expérience entre les adhérents.

1.2.2.7. La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX) :

(Safex - SPA) est une entreprise publique issue de la transformation de l'objet social et de la dénomination de l'Office National des Foires et Expositions (ONAFEX), créé en 1971.

Dans le cadre de ses missions statutaires, la SAFEX exerce ses activités dans les domaines suivants ⁴⁸ :

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

⁴⁸ Tiré du site : www.safex-algerie.com.

1.2.2.8. Le programme *OPTEMEXPORT*⁴⁹

Mise en place vers la fin 2007, le programme est un instrument d'aide et d'accompagnement des PME dans les objectifs de conquête des marchés étrangers. Son rôle majeur est la promotion des exportations hors hydrocarbures par le renforcement des capacités exportatrices des PME.

Il est offert aux PME qui s'intéressent aux marchés étrangers des aides intéressantes portant, notamment, sur la mise à leur disposition d'informations commerciales internationales fiables et régulières, indispensables à la formation et à la professionnalisation des opérateurs. Cette démarche devait permettre aux PME de déterminer le positionnement de l'Algérie dans le commerce mondial, identifier les PME principaux clients de l'Algérie, les secteurs porteurs à l'international ainsi que les marchés cibles, et d'observer et d'analyser la concurrence.

Le programme OPTEMEXPORT est renforcé par un sous-programme qui est lancé à partir de 2008 et qui s'étale jusqu'à fin 2009, il s'agit de Challenge OPTEMEXPORT qui se veut un contrat personnalisé de partenariat à l'exportation entre OPTEMEXPORT et le chef d'entreprise basé sur un pré-diagnostic export interne et sur l'évaluation des potentiels à l'exportation. Le Challenge OPTEMEXPORT s'intéresse principalement aux PME (publiques et/ou privées) à fort potentiel exportateur ayant un objectif de développement à l'international.

1.2.3. Les mesures institutionnelles et douanières

1.2.3.1. Les facilitations institutionnelles à l'export

En plus de ce dispositif institutionnel, les pouvoirs publics algériens ont mis en œuvre certaines mesures de facilitation à l'export⁵⁰. En effet, le conseil de la monnaie et du crédit s'est réuni en session ordinaire, le 19 octobre 2011, sous la présidence de Monsieur Mohamed LAKSACI, gouverneur de la Banque d'Algérie et a examiné et édicté un règlement modifiant et complétant le règlement n°07-01 du 3 février 2007 relatif aux règles applicables aux transactions courantes avec l'étranger et aux comptes devises.

Ce règlement a ainsi abouti à la modification de l'article 61 du règlement n°07-01 relatif au délai de rapatriement des recettes des exportations hors hydrocarbures qui était de 120 jours passe à 180 jours.

En plus, deux instructions ont été promulguées par la Banque d'Algérie à savoir.

⁴⁹ Tiré du site : www.optimexport-dz.org

⁵⁰ ANEXAL "Association nationale des exportateurs algériens" « L'Exportateur », *Revue d'Association nationale des Exportateurs Algériens* 3eme trimestre 2012-N°7. p. 14. (Ces mesures ont été communiquées par M. BENBADA)

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

- Le taux passe de 10% à 20% de la part des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droit à l'inscription au compte devises de l'exportateur⁵¹.
- L'allègement des procédures de remboursement de la TVA au profit des exportateurs.
- La généralisation du couloir vert au niveau des douanes au profit des exportateurs hors hydrocarbures.

Concernant cette dernière mesure, le Directeur de la réglementation à la DGD, M. Bentahar Kadour, lors d'une journée d'informations sur la loi de finances de 2012 a souligné à propos du couloir appliqué sur les voies maritimes et aériennes, qu'il « permettra aux exportateurs une économie de temps en leur épargnant le contrôle douanier en amont ».

Selon ce responsable, « un engouement des exportateurs qui veulent profiter de cette nouvelle facilité a été déjà observé et un déclic des exportations commence à se manifester »⁵².

Néanmoins, cinq mesures de facilitations ont été mises en œuvre par l'Entreprise Portuaire d'Alger (EPAL) depuis le début de l'année 2003. Celles-ci portent sur :

- L'affectation d'un magasin aménagé à recevoir en priorité les marchandises destinées à l'exportation d'une superficie de 1000 m² ;
- L'affectation d'une terre de 1862 m² à la zone centre pour la mise à quai des marchandises destinées à l'exportation ;
- Une franchise de 10 jours pour le paiement des frais d'entreposage et de magasinage avant l'embarquement des marchandises d'origine algérienne destinées à l'exportation ;
- Des dégrèvements modulés des frais de manutention et d'acconage pour les cargaisons à exporter, selon la régularité et le volume des opérations ;
- L'ouverture d'un bureau de liaison permanent de l'entreprise portuaire, disposant d'une ligne téléphonique, au terminal à conteneurs (guichet unique) pour informer les opérateurs et faciliter les expéditions des exportateurs.

⁵¹ Source : la Banque d'Algérie, In *Revu d'Algex*, n°10- 3è m e trimestre 2011, p. 14.

⁵² Article disponible sur : www.djazairss.com/fr/lmr/208866

1.2.3.2. Les facilitations douanières à l'exportation

Les pouvoirs publics montrent toujours un intérêt de plus en plus important à l'encouragement de l'exportation non seulement par des avantages fiscaux, mais aussi, par un accompagnement des exportateurs pour la simplification des procédures dans les ports et aéroports, aux frontières terrestres, que dans les circuits administratifs qui sont impliqués en amont ou en aval, dans la gestion de processus d'exportation.

Les exportations sont particulièrement encouragées et facilitées, et bénéficient d'une exonération des droits de douane, mais aussi, pour faire face aux préoccupations des exportateurs, l'administration des douanes a procédé à l'allègement de certaines procédures douanières telles que ⁵³ :

La dispense de caution dans le cadre de l'admission temporaire d'emballages vides destinés aux marchandises à l'exportation et de marchandises pour perfectionnement actif (transformation) destinées à l'exportation ;

- La visite sur site et le dédouanement à domicile.
- La vente en consignation ou « vente au mieux » est facilitée, en acceptant une déclaration d'exportation incomplète et la possibilité de procéder après la vente des produits, à une régulation par le dépôt d'une déclaration complémentaire reprenant les éléments non communiqués lors de l'expédition.
- L'exportation sans formalités d'échantillons gratuits, dont la valeur commerciale est fixée à 30.000.00 DA ;
- Le titre de passage en douanes (TPD) pour les exportations réalisées par route.
- Le circuit vert, qui permet la validation de la déclaration d'exportation sans vérification des marchandises.
- Les magasins et aires de dépôt temporaires à l'exportation ou à la réexportation, qui permettent aux exportateurs de placer leurs marchandises dans les locaux appropriés (Dans les ports, aéroports, gare ferroviaire ou postes frontaliers terrestres) en attendant leur embarquement à destination de l'étranger et de libérer les intéressés de leurs obligations éventuelles envers l'administration des douanes.

⁵³ Site web de l'agence nationale pour la promotion du commerce extérieur, www.algex.dz

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

- Les exportations de marchandises vers les entrepôts étrangers (pour saisir d'éventuelles opportunités de ventes à partir de l'étranger), qui permettent aux exportateurs de déposer, lors de l'expédition, une déclaration d'exportation temporaire incomplète, à charge pour eux, de procéder à sa régularisation après la vente par une déclaration complémentaire surtout en matière de contrôle de changes.
- Le carnet ATA (**Admission Temporaire/Temporary Admission**) qui constitue une procédure simplifiée d'admission temporaire, notamment pour les échantillons et pour la participation aux foires à l'étranger. Le carnet ATA qui est délivré exclusivement par la chambre algérienne du commerce et d'industrie (CACI), est valable pendant un (01) an.

Malgré ces facilitations, les entreprises algériennes ne sont pas encore allées loin, et les résultats attendus sont loin de celles planifiées. L'Algérie depuis l'indépendance a connu des situations financières préoccupantes en raison de sa dépendance des hydrocarbures, mais elle n'a pas tiré les leçons qu'il faut, les hydrocarbures continuent à représenter l'essentiel de nos exportations à l'étranger durant l'année 2017 avec une part de **94,51%** du volume global des exportations, et une augmentation de **17,86%** par rapport à l'année 2016⁵⁴.

Cette insuffisante progression par rapport aux énormes dépenses de l'État et aux résultats souhaités, pourrait s'améliorer en mettant à la disposition des promoteurs des idées de projets, des sites et des études de rentabilité, notamment dans les domaines à fort potentiel de développement comme la pétrochimie et les engrais, l'industrie du verre, de la pierre, le tourisme, l'agriculture...Etc. Pour y parvenir, les pouvoirs publics doivent renforcer le rôle exportateur du secteur industriel en augmentant ses exportations actuelles et en créant de nouvelles opportunités d'exportations, en vue de réduire la forte dépendance du pays à l'égard des importations dans un certain nombre de segments d'activités nationales. Aussi, il serait opportun de promouvoir des coopérations de marketing pour améliorer les produits agroalimentaires, destinés à l'exportation comme les emballages, stockage sous-froid, norme d'hygiène et de qualité...

Par ailleurs, d'autres mesures doivent être prises pour rentabiliser les efforts en matière de promotion des opérations d'exportation, il s'agit principalement de :

- Assainir l'activité d'importation en identifiant et en professionnalisant les opérations,

⁵⁴ Fiche EVOLUTION DES INDICATEURS PAR RAPPORT A L'ANNEE 2016. CNIS

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

- Encourager et drainer les surplus financiers générés par l'importation vers l'investissement en proposant des mesures incitatives et en défiscaliser les surplus financiers réinvestis dans la sphère productive,
- Baliser les axes de développement de la PME pour orienter les investissements potentiels, en concevant et en arrêtant une stratégie nationale en matière de développement économique,
- Faire appel et mobiliser le génie algérien pour identifier les activités « niches », c'est-à-dire celles où les avantages comparatifs algériens sont indéniables.

Ainsi, après avoir présenté les diverses actions et mesures d'encouragement mises en place par les pouvoirs publics en vue de promouvoir les capacités exportatrices des entreprises algériennes, nous essayerons d'en apprécier les effets à travers la présentation de quelques variables économiques.

Section 02 : Présentation du commerce extérieur en Algérie.

2.1. Les importations

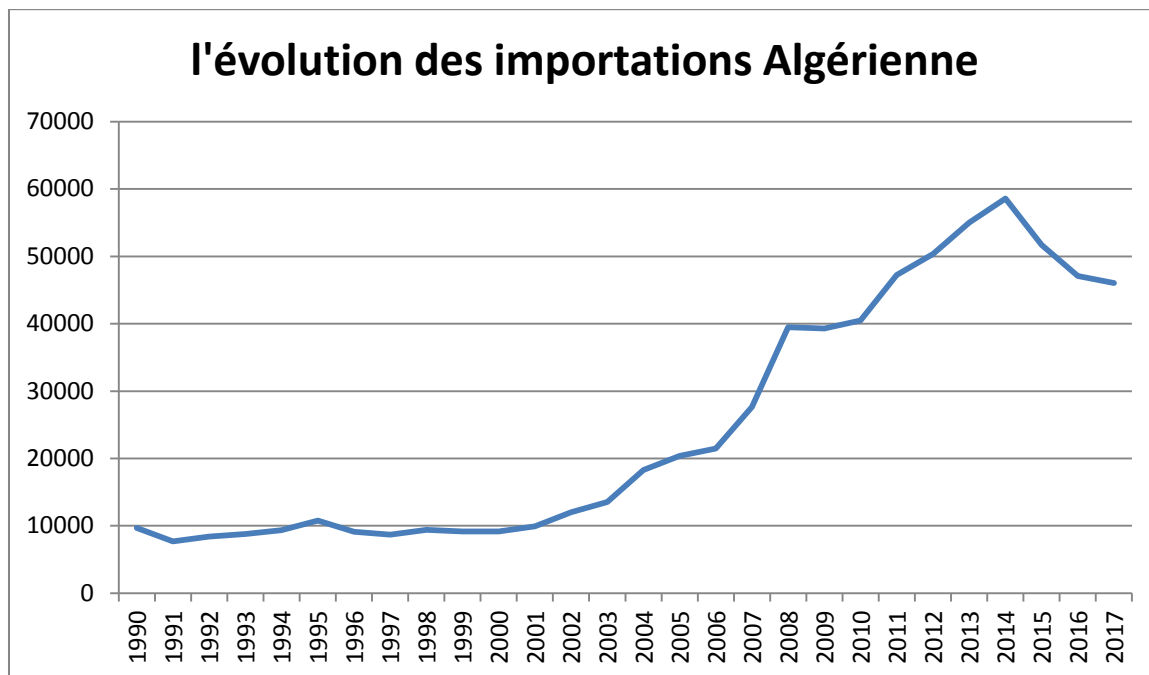
Le commerce extérieur en Algérie se caractérise par une forte dépendance vis-à-vis des prix du pétrole. Dans le cadre du développement des exportations algériennes notamment celles des produits hors hydrocarbures, les autorités algériennes ont mené une série de mesures de soutien et d'accompagnement des entreprises exportatrices, notamment suite à la période de crise 1986 et à la crise financière de 2008, qui a touché le développement des entreprises algériennes en particulier et de l'économie algérienne en général. À cet effet, un ensemble d'actions a été engagé par les autorités algériennes, et ayant pour objectif principal de libéraliser le commerce extérieur. Dans cette section, nous allons présenter le commerce extérieur de l'Algérie.

2.1.1. L'évolution des importations

Le graphique ci-dessous nous fournit les informations nécessaires pour bien suivre et comprendre l'évolution des importations de l'Algérie durant la période de 1990 à 2017.

Figure N° 04: évolution des importations en Algérie

Valeur : en M.USD



Source: réalisé par nous même a partir des données CNIS

Durant l'année 1991, les importations ont enregistré une baisse de 2 milliards de dollars par rapport à l'année 1990, le volume global des importations a passé de 9,68 milliards de dollar à 7,68 milliards de dollar. Suivi d'une relative stabilisation durant les deux années qui suivent. par la suite, en a enregistré une hausse d'environ 1.40 milliard de dollars durant les années 1994-1995, Cet accroissement du volume des importations, qui résulte de la levée des restrictions, tend à satisfaire une demande refoulée, en raison essentiellement des pénuries des produits de consommation.

Dès 1996, les importations ont connu une baisse pour atteindre la valeur de 8,68 milliard de dollars en 1997, puis elles augmentent durant l'année suivante.

A partir de 2000, les importations ont connu une envolée, passant de 9,17 milliard de dollars en 2000 à 58,58 milliard de dollars en 2014, soit une augmentation de 49,41 milliard de dollars pour cette période suit à la signature de l'accord d'association avec l'Union Européenne en 2002.

En 2015, les importations ont subi une chute de 6,87 milliard de dollars par apport à l'année 2014 passant de 58,58 à 51,70 milliard de dollars. Puis elles continuent de baisser en 2016 pour atteindre une valeur de 46,72 milliard de dollars.

2.1.2. La structure des importations par le groupe de produit

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

Durant l'année 2017, les importations Algérienne ont diminué de 2,4% par rapport à l'année 2016, passant de 47,08 milliards de dollars US à 45,95 milliards de dollars US.⁵⁵

Leur répartition par groupes de produits fait ressortir une hausse de l'ensemble des groupes de produits à l'exception de celui des biens d'équipements et les biens destinés à l'outil de production ou ont enregistré une baisse respectives de 8,43 % et de 0,79 %.⁵⁶

Quant aux biens de consommation alimentaires et non alimentaires avec une hausse respective de 2,6% et 1,34%.⁵⁷

Nous allons suivre et analysés l'évolution des importations par groupe de produits de l'année 2017 par rapport à 2016 à partir du tableau ci-dessous.

Tableau N°04: Importation par Groupes de produits (période: Année 2016-2017)

Valeurs en millions USD

Groupe de produits	Année 2016		Année 2017		Évolution (%)
	Valeurs	Struct %	Valeurs	Struct %	
Biens Alimentaires	8223	17.46	8437	18.36	2.60
Biens Destinés à l'outil de Production	14613	31.03	14497	31.54	-0.79
Biens D'Équipements	15915	33.80	14573	31.71	-8.43
Biens de Consommation non Alimentaires	8338	17.71	8450	18.39	1.34
TOTAL	47089	100	45957	100	-2.40

Source: réaliser par nous même à partir des données CNIS

Figure N° 05 : Importation par Groupes de produits (période: Année 2016-2017)

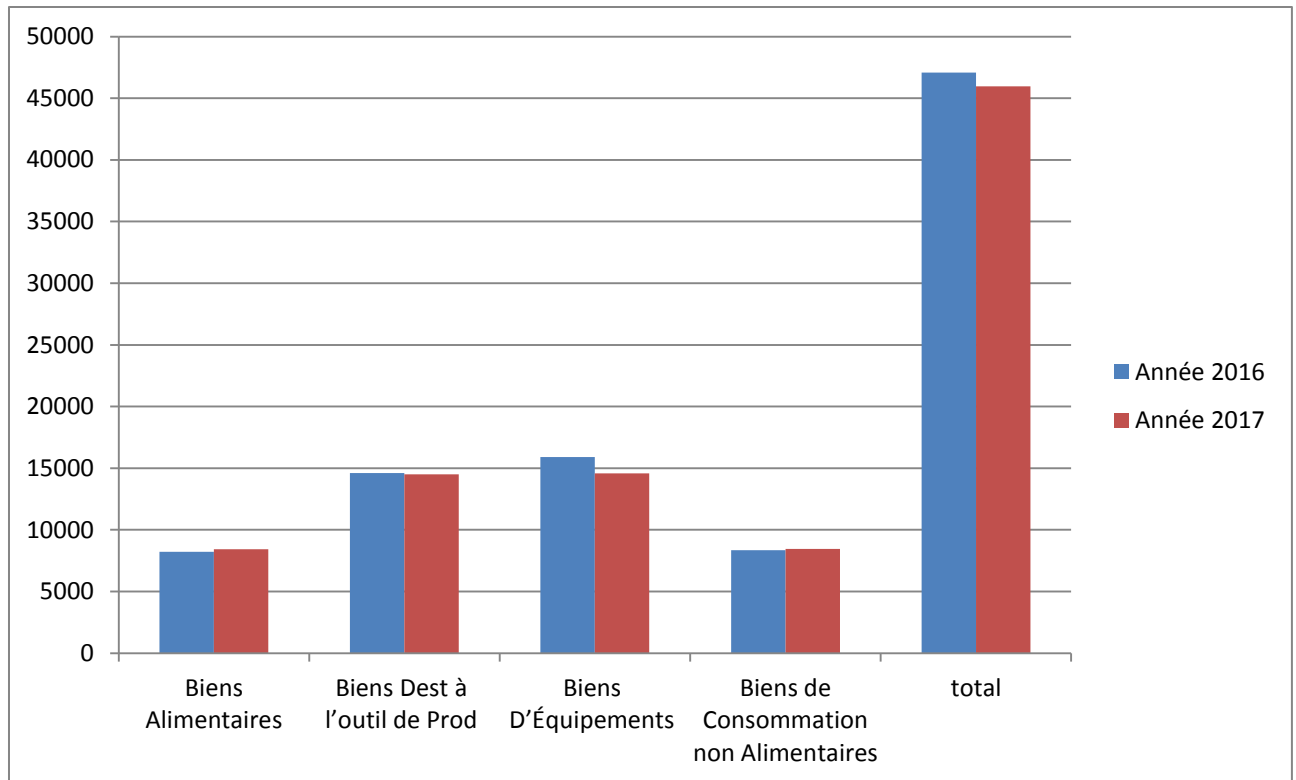
Valeur en M.USD

⁵⁵ Statistique du commerce extérieur de l'Algérie (Période : Année 2017) Centre National de l'Informatique et des Statistiques « CNIS »

⁵⁶ Idem

⁵⁷ Ibidem

Chapitre 02 Les exportations en Algérie



Source: réalisé par nous même a partir du tableau N°

L'examen des principaux produits par groupes de produits fait ressortir les résultats suivants:

- Pour les « biens destinés au fonctionnement de l'outil de production » : il s'agit surtout, des huiles de pétrole, des tubes et tuyaux, constructions et parties de constructions, et les huiles destinées à l'industrie alimentaire.⁵⁸
- Les « biens d'équipements » qui représentent une part de (31,71%) des importations, soit une valeur de 14.57 Milliards DUS en 2017 sont constitués essentiellement, des appareils électriques pour la téléphonie, de véhicules de transport, de personnes et de marchandises et des machines et appareils à trier, à cribler et malaxer les terres.⁵⁹
- Le groupe de « biens de consommation non alimentaires » vient en troisième position dans la structure de nos importations avec la cote part de 18,39% et un volume de 8,45

⁵⁸ Statistique du commerce extérieur de l'Algérie (Période : Année 2017) Centre National de l'Informatique et des Statistiques « CNIS »

⁵⁹ Idem

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

milliards de dollars US, enregistrant ainsi une augmentation de (1,34%) par rapport à l'année 2016.⁶⁰

- Les « biens alimentaires » occupe le dernier rang dans la structure des importations réalisées durant l'année 2017 avec une part de (18,36%) du volume global, soit 8,44 milliards de dollars US. Par rapport à l'année 2016, ce groupe a enregistré une augmentation de (2,6%). A l'intérieur de ce groupe, on peut relever que la hausse obtenue en 2017a concerné les laits et produits laitiers avec (43,11%), les sucres (13,38%), les légumes secs (26 ,25%), et enfin le café et le thé (6,92%).

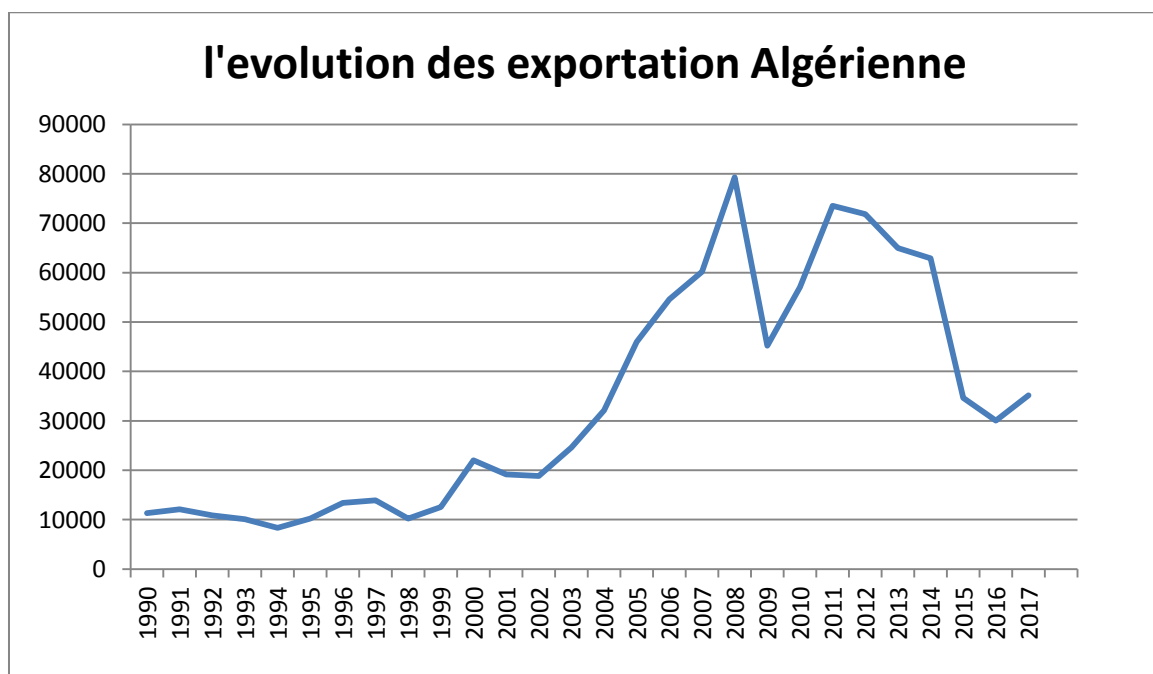
Quant à la baisse, elle a concerné les céréales (1,34%), et les viandes (19,23%).⁶¹

2.2. Les exportations

2.2.1. L'évolution des exportations

A partir du graphe ci-dessous nous allons examiner l'évolution des exportations algérienne au cours de la période (1990-2017) et voir l'influence des politiques commerciales exercés ainsi que les tentatives d'ouverture commerciales.

Figure N° 06 : L'évolution des exportations algérienne (période 1990-2017)



Source : réalisé par nous même a partir des données CNIS

⁶⁰ Statistique du commerce extérieur de l'Algérie (Période : Année 2017) Centre National de l'Informatique et des Statistiques « CNIS »

⁶¹ Idem

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

Dès **1990**, l'exportation algérienne s'est caractérisée par une évolution très importante par rapport à des années précédentes, suite à des réformes mises en place par l'état pour répondre à la nécessité d'adhérer à une économie de marché libre et ouverte dans le contexte de la mondialisation.

La situation de l'Algérie commence à être troublée dès **1992**, du fait de la crise sociale et sécuritaire, les exportations ont enregistré un recul annuel jusqu'à fin **1994** pour atteindre seulement **8.40** milliards de dollars, elles augmentent une nouvelle fois en **1995** et varient positivement jusqu'à **1997** pour enregistrer une valeur de **13.88** milliards de dollars.

A partir de **1999** les exportations ont enregistré une augmentation pour atteindre en **2000** la valeur **22.03** milliards de dollars, puis baissent en **2002** à **18.82** milliards de dollars et reprennent à partir de **2003** pour atteindre la valeur **79.29** milliards de dollars en **2008**. Cette hausse des exportations est due au fait de l'augmentation des prix du pétrole, et la signature de l'accord d'association avec l'Union Européenne en **2002**, et qui est mis en application en Septembre 2005.

Par la suite, les exportations algériennes ont enregistré une baisse considérable, passant de **79.30 Milliards USD** en **2008** à seulement **45.19 Milliard USD** en **2009** suite à la crise financière internationale qui a engendré une chute brutale des prix du pétrole. Mais dès **2010** la situation s'est rafraîchi, un accroissement de **11.86** Milliards USD, soit une augmentation de **26.24 %** en **2010**, et continue pour atteindre la valeur de **73.48** milliards USD en **2011**.

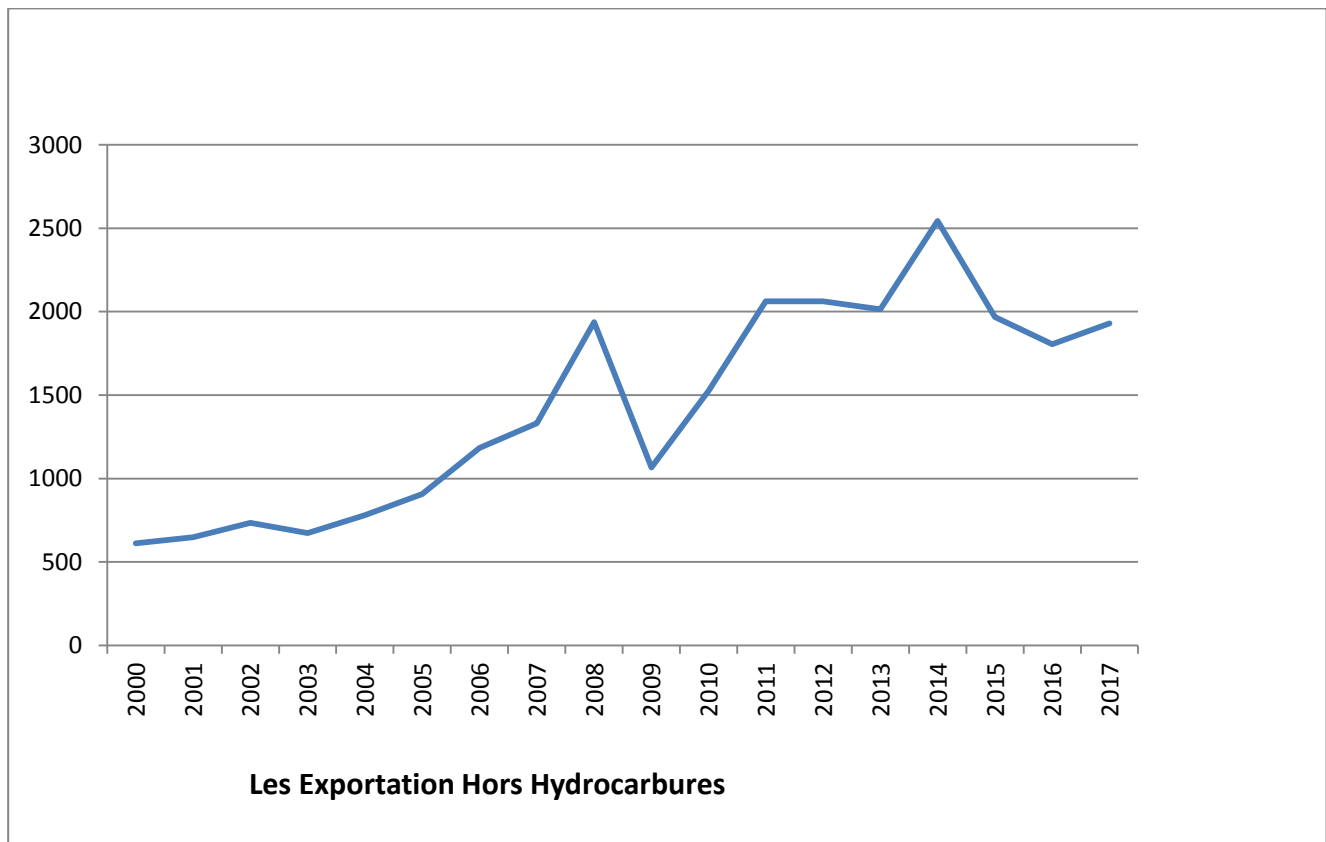
Depuis **2013**, la situation des exportations algériennes a connu une dégradation continue jusqu'à 2016 suite à l'abaissement des prix des hydrocarbures qui ont passés de **115 USD** pour le baril en **2014** à seulement **23 USD** en **2016**.

Quant aux exportations hors hydrocarbures, on a pu enregistrer des variations comme le montre le graphique ci-dessous.

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

Figure N°07 : l'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Valeur : (en Millions d'USD)



Source : Réaliser par nous même a partir des données CNIS

La première évolution à signaler est bien celle de **2005**, l'année de la première mise en œuvre des accords d'association avec l'union européenne, une augmentation de **277** Millions d'USD pour atteindre **1.18** Milliards d'USD en **2006**, **1.33** Milliards en **2007** puis **1.94** Milliards en **2008**.

Cette évolution aurait pu poursuivre si la crise financière internationale (sub-primes) n'a pas eu lieu. Par conséquent les exportations Algérienne hors hydrocarbure ont enregistré une chute de **871** Millions d'USD en **2009**, mais la situation a repris son accroissement dès **2010** avec la mise en place des programmes de promotion à l'exportation (le programme *OPTEMEXPOT*, Le Guichet **Dar El Moussadar...**) et abouti en **2014** avec une valeur de **2.54** Milliards d'USD. Malheureusement, cette situation n'a pas duré longtemps, car en **2016** on a passé à **1.81** Milliards d'USD.

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

2.2.2. La structure des exportations par groupe d'utilisation

A partir du tableau suivant nous allons suivre et analyser l'évolution des exportations par groupe d'utilisation durant la période de 2016-2017.

Tableau N°05 : évolution des exportations par groupe d'utilisation période (2016-2017)

Groupe d'utilisation	Année 2016		Année 2017		Évolution (en %)
	Valeur (en M.USD)	Structure (En %)	Valeur (en M.USD)	Structure (En %)	
Alimentation	327	1.09	349	0.99	8.05
Énergie et lubrifiants	28221	93.98	33261	94.51	19.48
Produits bruts	84	0.28	73	0.21	-12.30
Demi-produits	1321	4.40	1410	4.01	8.15
Biens d'équipement agricole	-	0.0003	0.29	0.0008	433.33
Biens d'équipement industriel	54	0.18	78	0.22	45.32
Biens de consommation	19	0.06	20	0.58	10.91
total	30 026	100	35 191.29	100	18.81

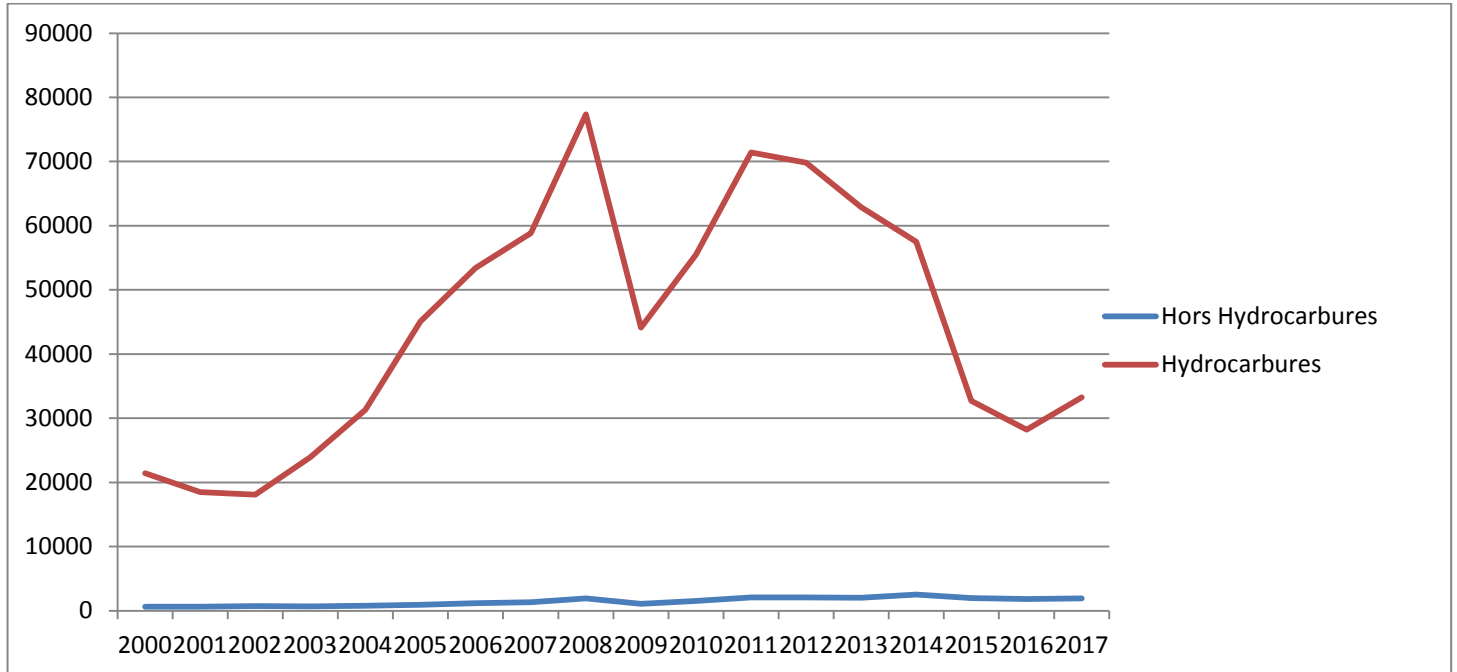
Source: réaliser par nous même a partir des données CNIS

Les hydrocarbures continu a représenté l'essentiel de nos recette d'exportation, avec une part de **94.51%** en **2017**, seulement **5.49%** revient aux exportations hors hydrocarbures dont **4.01%** sont des demis produits, **0.99%** des produits alimentaires.

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

Figure N°08: évolution des exportations Algérienne par nature

Valeur: (en millions d'USD)



Source: réaliser par nous même a partir des données CNIS

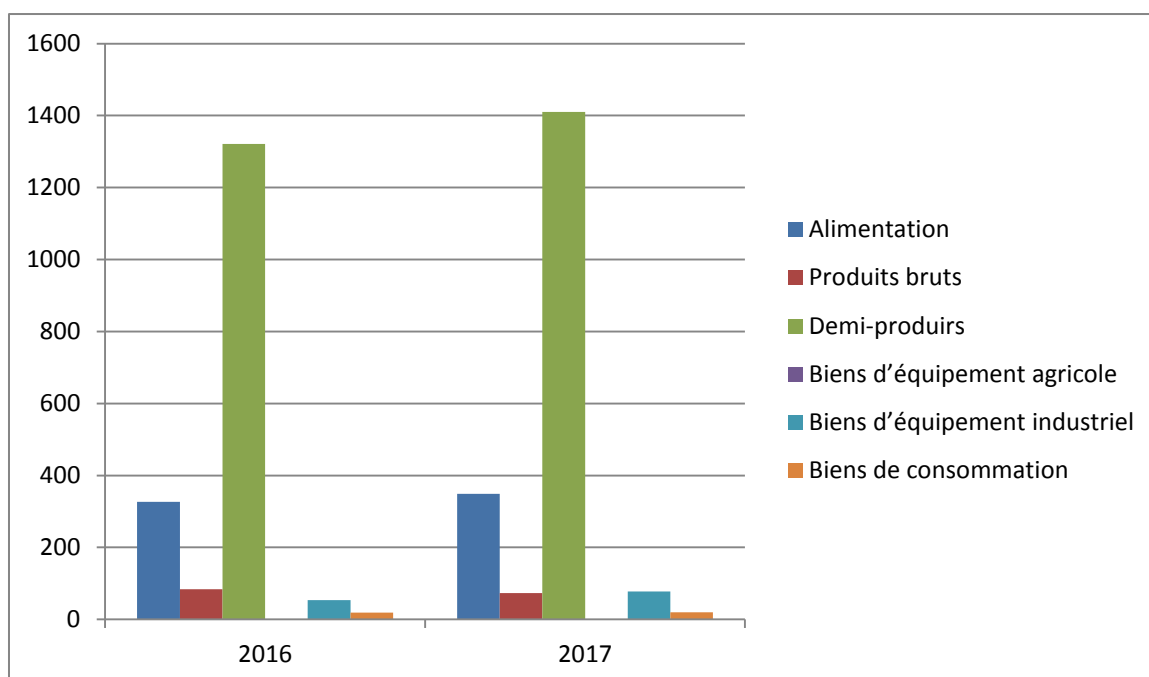
Le graph ci-dessus nous démontre a quel point le volume des exportations hors hydrocarbures est insignifiant face a celui des hydrocarbures.

De ce fait, les variations marquées sur le graph N° n'ont aucune influence sur l'économie nationale.

Autrement dit, malgré tout les tentatives d'ouvertures commerciales, les programmes de promotions à l'exportation et les encouragements Étatiques, l'économie algérienne est depuis **1971** fondé sur le prix du baril du pétrole brut et sa variation.

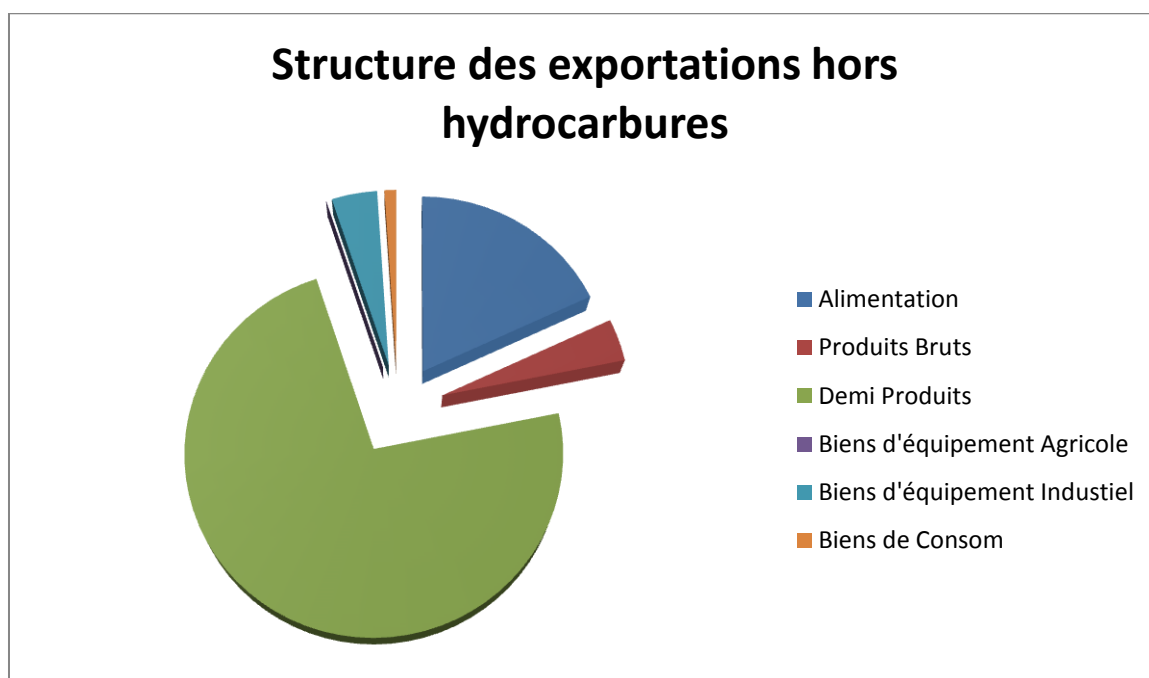
Figure N°09 : la structure des exportations hors hydrocarbures par groupe d'utilisation

Valeur : en Millions d'USD



Source: réaliser par nous même a partir des données CNIS

Figure N° 10: la structure des exportations hors hydrocarbures par groupe d'utilisation.

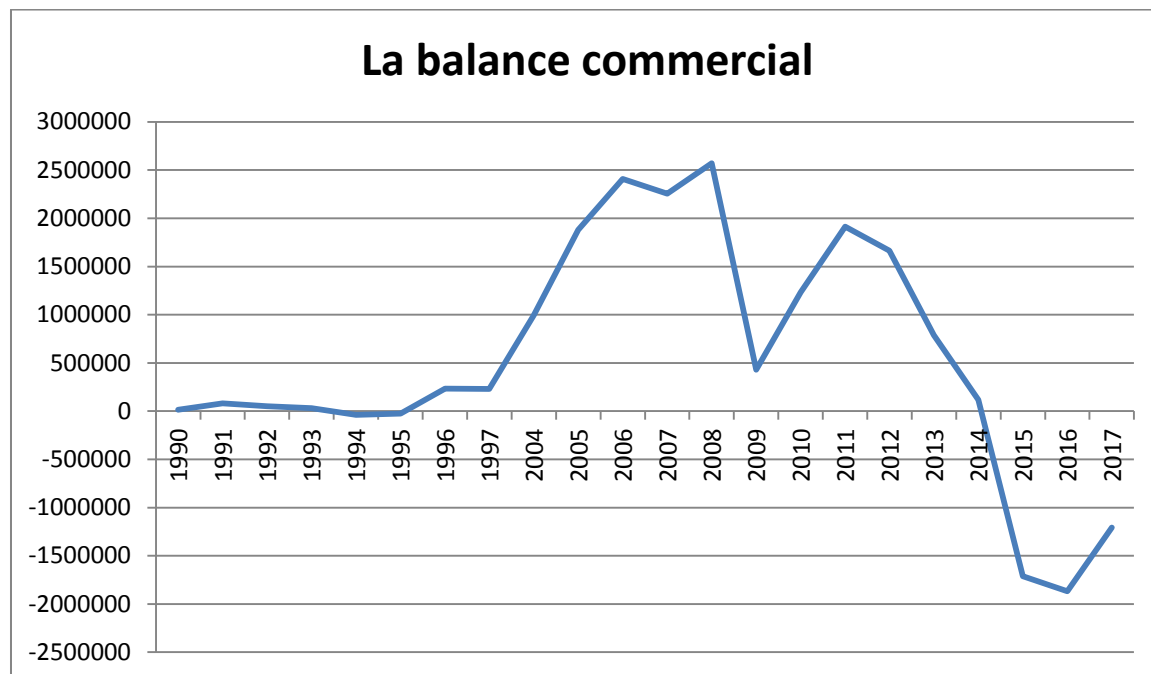


Source : réaliser par nous même a partir des données CNIS

2.3. La structure des échanges

2.3.1. La Balance commerciale

Figure N°11: L'évolution de la balance commerciale en Algérie (période 1990-2017)



Source: réaliser par nous même a partir des données CNIS

Pour la période allant de 1990 à 2002, la balance commerciale a enregistré des soldes positifs, sauf pour les années 1994 et 1995, où elle a été déficitaire, ce déficit est dû la chute du prix de pétrole qui a passé jusqu'à 15 dollars pour le baril.

La position des échanges commerciaux extérieurs reste toujours dominée par le comportement du prix du baril de pétrole sur le marché mondial. La bonne tenue de ce prix à partir de l'année 2003 conjuguée à l'accroissement des volumes exportés et donc un solde excédentaire de la balance commerciale jusqu'à l'année 2014.

Les résultats globaux obtenus en matière des réalisations des échanges extérieurs de l'Algérie pour la période de l'année 2015 font ressortir un déficit de la balance commerciale de 17.03 milliards de dollars US, contre un excédent de 4,31 milliards de dollars US enregistré durant l'année 2014.

Pour la période de l'année 2016 font ressortir un déficit de la balance commerciale de 17,84 milliards de dollars US, soit une légère augmentation de 4,8% par rapport à celui enregistré durant l'année 2015. Cette tendance s'explique simultanément par la baisse des importations et des exportations enregistrées durant cette période.

2.4. Les principaux partenaires de l'Algérie

A travers ses relations avec l'extérieur, l'Algérie acquiert de plus en plus de nouveaux partenaires commerciaux avec qui elle développe ses importations et diversifié ses exportations.

2.4.1. Les principaux clients

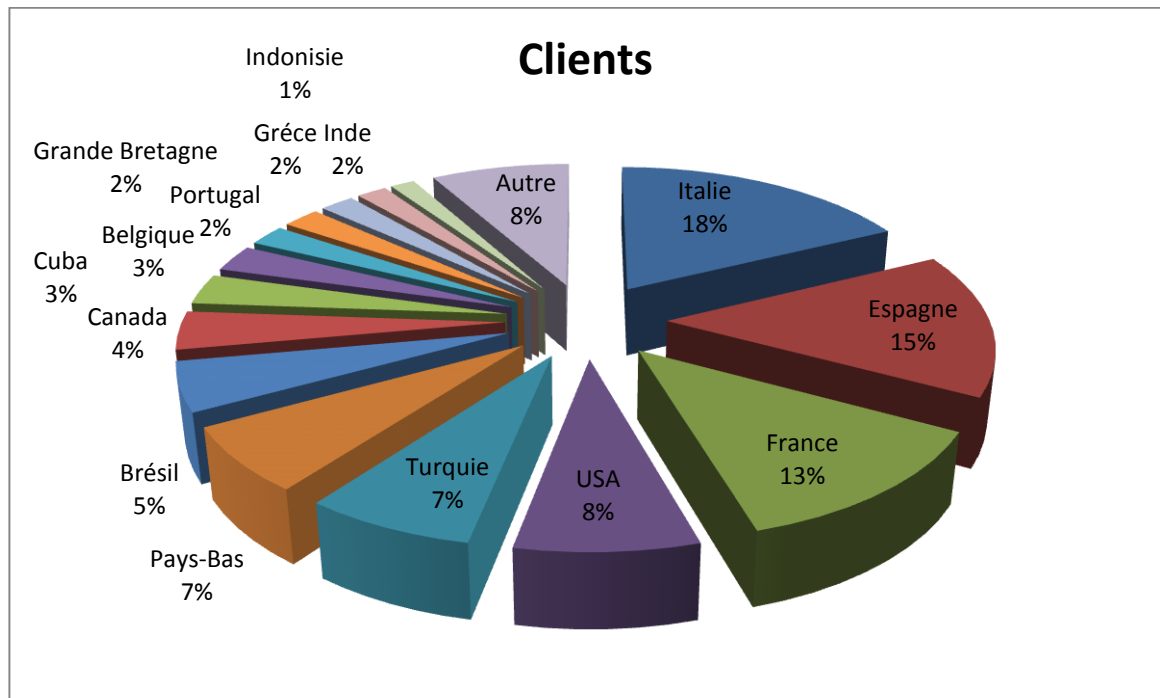
Durant 2017, l'Italie a été notre principal client avec une part de 17,73% des ventes algériennes suivi par l'Espagne 15,14% et la France 12,63%

Tableau N°06 les principaux clients de l'Algérie

Principaux clients	Valeurs	Structure
Italie	1074	17,73%
Espagne	917	15,14%
France	765	12,63%
USA	462	7,63%
Turquie	433	7,15%
Pays-Bas	409	6,75%
Brésil	310	5,12%
Canada	243	4,01%
Cuba	194	3,20%
Belgique	172	2,84%
Portugal	134	2,21%
Grande Bretagne	133	2,20%
Grèce	123	2,03%
Inde	108	1,78%
Indonésie	87	1,44%

Sources : www.douane.gov.dz

Figure N° 12: Répartition des principaux clients de l'Algérie



Source: réalisé par nous même a partir des données du tableau N°06

2.4.2. Les principaux fournisseurs

La chine qui présente notre principal fournisseur en 2017 a expédié 20,21% de nos importations d'une valeur de, suivie par la France 8,17% et l'Italie 6,88%.

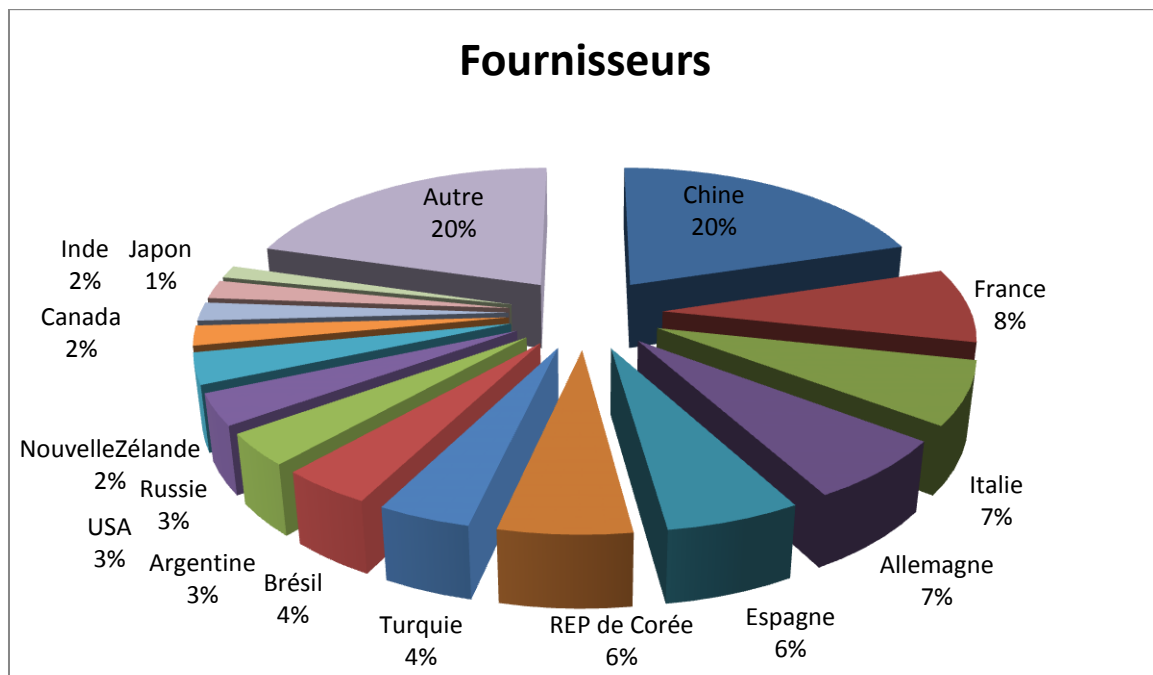
Chapitre 02 Les exportations en Algérie

Tableau N° 07: les principaux fournisseurs de l'Algérie

Principaux fournisseurs	Valeurs (En M.USD)	Structures %
Chine	1567	20,21
France	633	8,17
Italie	533	6,88
Allemagne	519	6,70
Espagne	454	5,86
REP de Corée	448	5,78
Turquie	314	4,05
Brésil	311	4,01
Argentine	270	3,48
Fédération de la Russie	266	3,43
USA	263	3,39
Nouvelle Zélande	168	2,17
Canada	157	2,03
Inde	157	2,03
Japon	107	1,38
Total	6167	79,55

Source : www.douane.gouv.dz

Figure N° 13: Répartition des principaux fournisseurs de l'Algérie



Source : Réalisé par nous même a partir des données du tableau N°07

Section 03 : Les objectifs et les contraintes liées à l'exportation.

3.1. Les objectifs d'exportation

3.1.1. Pour l'entreprise

Quelques objectifs du processus d'exportation d'un produit sont élaborés par l'entreprise peuvent être regroupés dans les points suivants :

➤ **L'augmentation du chiffre d'affaires.**

En élargissant ses débouchés et en accroissant son nombre de marchés, les ventes de l'entreprise augmentent et ceci entraîne nécessairement une augmentation de ses parts de marché et de ses revenus.

➤ **L'amélioration de la notoriété de l'entreprise.**

En se lançant sur des marchés étrangers, l'entreprise exporte son nom, ses produits et son savoir-faire, ce qui lui permettra de se faire connaître sur les places étrangères et acquérir une notoriété internationale.

➤ **L'exploitation des ressources.**

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

Lorsque les capacités de production de l'entreprise sont sous-exploitées sur le marché local, l'exportation va permettre à l'entreprise d'élargir son marché afin qu'elle puisse exploiter tous ses moyens et d'utiliser toutes les ressources dont elle dispose, afin d'augmenter son volume de production et de satisfaire la demande étrangère et de bénéficier ainsi des économies d'échelle.

➤ **L'accroissement de la rentabilité.**

Dans la mesure où les prix à l'export permettent de dégager des marges suffisantes, les résultats bénéficiaires vont progresser.

➤ **La dynamisation de l'entreprise.**

L'exportation apporte une nouvelle dynamique à l'entreprise. En effet, avec l'exportation l'activité de l'entreprise, sa structure, son organisation, ses idées, ses produits ainsi que sa politique se voient modifiées. Tout ça pousse l'entreprise à progresser et sortir de ses habitudes commerciales du marché local.

➤ **Économies d'échelle et Meilleure répartition des risques**

Si on dispose d'une base commerciale étendue, on peut produire à grande échelle, ce qui nous permettra de maximiser les bénéfices.

3.1.2. Pour l'économie nationale.

Pour l'État, l'activité d'exportation va permettre la génération des devises, qui permet d'améliorer la capacité d'importation et de financer les importations de biens intermédiaires et d'équipements indispensables à la croissance ainsi qu'à l'amélioration de la technologie et de la productivité.

3.2. Les contraintes liées à l'exportation hors hydrocarbure

Les difficultés et les principales contraintes structurelles auxquelles se trouvent confrontées les entreprises algériennes, dans leur inspiration à se développer à l'international :

3.2.1. Sur le plan économique

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

Compte tenu de l'ouverture tardive de l'économie algérienne et des autres préoccupations conjoncturelles qui ont marqué les années 80, nous avons pu observer un délaissement des questions commerciales et économiques, qui est manifesté par⁶² :

- L'insuffisance de la stratégie d'exportation hors hydrocarbure.
- Le marché national qui est largement demandeur, ce qui oriente les opérateurs économiques nationaux vers l'activité d'importation relativement moins risquée et plus profitable.
- Manque d'expériences des exportateurs algériens qui peinent à adopter, les standards internationaux en matière de calibrage, de transformation ou d'emballage les empêchent de se positionner durablement sur les marchés extérieurs.
- Insuffisance de l'offre nationale de produits à l'exportation (en quantité, et surtout en qualité), la gamme des produits offerte à l'export se limite à quelques produits agroalimentaires.
- L'absence d'une mise à niveau technologique qui se traduit par des insuffisances en termes de conformité, de présentation, d'emballage, d'innovation technique et technologique.

3.2.2. Les défaillances au niveau logistique

- Coût élevé du transport international et défaillance des services logistiques proposés (irrégularité des plannings d'acheminement, indisponibilité des lignes...)
- La mauvaise prise en charge des produits destinés à l'exportation au niveau des ports (insécurité, pratiques illicites, le manque de port répondant aux normes internationales ...)
- La défaillance de la chaîne logistique et du circuit de commercialisation (absence d'avions-cargos, lignes maritimes insuffisantes, absence d'infrastructures de conditionnement au niveau des ports).

Conclusion

Malgré ces facilitations, les entreprises algériennes ne sont pas encore allées loin, et les résultats attendus sont loin de celles planifiées. L'Algérie depuis l'indépendance a connu des

⁶² R. Abdenour et autre, « le défi de la qualité pour les entreprises nationale exportatrices », mémoire, INC, 2007, p.10.

Chapitre 02 Les exportations en Algérie

situations financières préoccupantes en raison de sa dépendance vis-à-vis des hydrocarbures, mais elle n'a pas tiré les leçons, car en 2017 encore, les exportations de l'énergie représentent plus de 94% du total des exportations Algérienne.

Une situation qui pourrait s'améliorer en mettant à la disposition des promoteurs des idées de projets, des sites et des études de rentabilité, notamment dans les domaines à fort potentiel de développement comme la pétrochimie, l'industrie du verre, le tourisme, l'agriculture...Etc. Pour y parvenir, les pouvoirs publics doivent renforcer le rôle exportateur du secteur industriel en augmentant la capacité de production et en créant de nouvelles opportunités d'exportations.

Aussi, il serait opportun de promouvoir le secteur marketing en termes d'emballage, ciblage afin de parvenir à la concurrence ...

CHAPITRE 03

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

Chapitre III: Présentation d'une opération d'exportation hors hydrocarbure au niveau du Fret à l'aéroport "HOUARI BOUMEDIENE".

Afin de mieux maîtriser notre thématique et de mettre en pratique les données théoriques citées au cours des deux premiers chapitres, on a assisté à un ensemble de transactions commerciales à l'aéroport HOUARI BOUMEDIENE. Alger, au cours d'un stage pratique au niveau de l'Inspection Divisionnaire de Douane de ce dernier.

Ce chapitre est partagé en trois sections, dont la première consacré à la présentation de l'IDD de l'AHB, le rôle des principaux services, particulièrement les services qui interviennent dans une opération d'exportation.

La deuxième section concerne les étapes méthodologiques d'une opération d'exportation, à ce niveau on a énuméré les principales étapes pour réussir une opération d'exportation hors hydrocarbures.

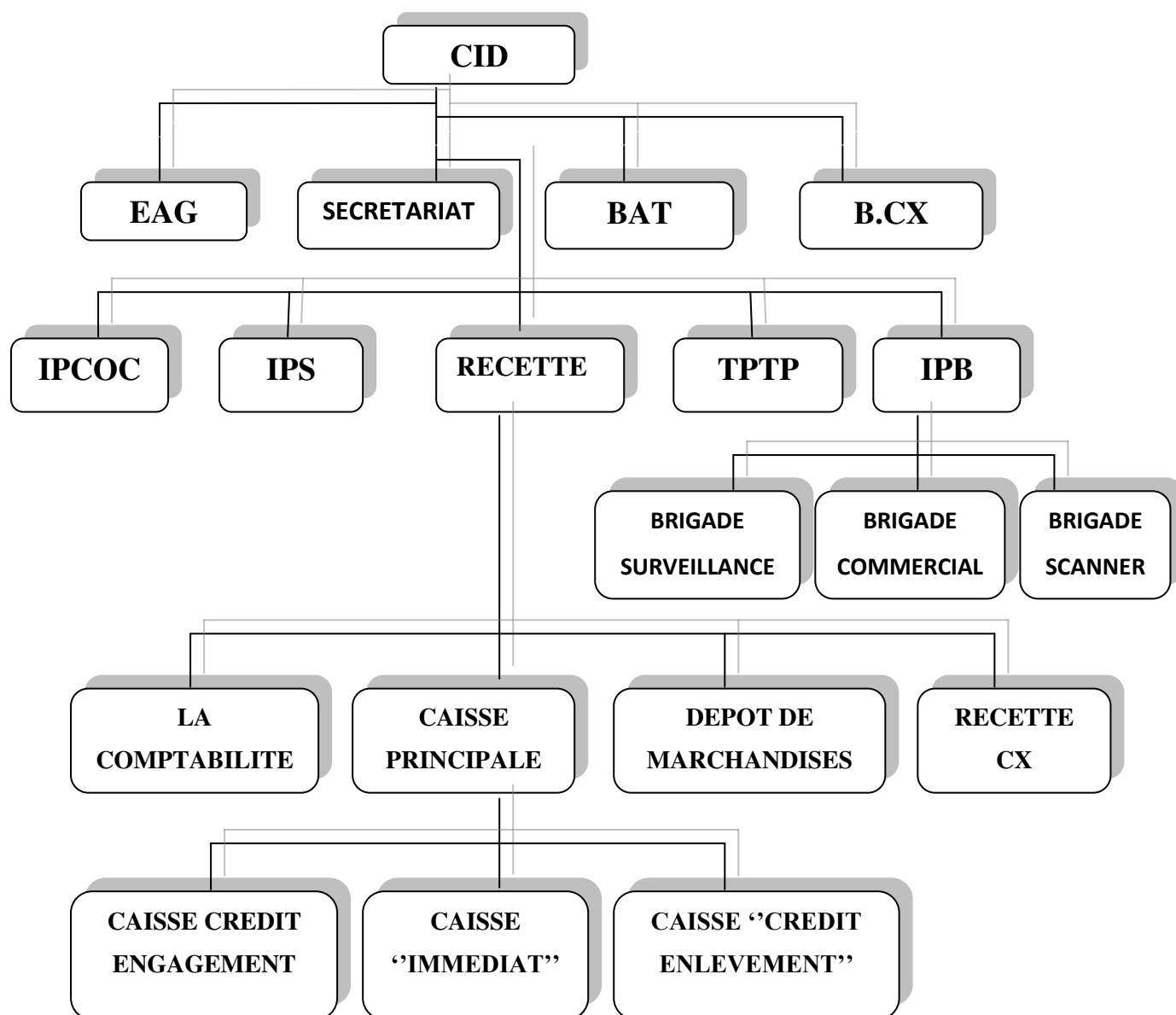
Dans la troisième section nous allons analyser les résultats tout en essayant de proposer des solutions dans le but de la promotion des exportations Algériennes en dehors des hydrocarbures.

Section 01 : La présentation de l'organisme d'accueil.

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

1.1. L'organigramme de l'IDD de l'AHB.

Figure N° 14: L'organigramme de l'IDD de l'AHB



Source: Service EAG a l'IDD de l'AHB

1.1.1. Le rôle du bureau EAG:

- Assiste le chef d'inspection divisionnaire (**CID**) en matière de la gestion du personnel et des moyens ainsi que les mouvements périodique des personnels.

Chapitre 03 Etude d'une opération d'opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

- Préparation d'un planning de congé des personnels de l'IDD.
- Suivre les congés de maladie et les ordres de mission.....etc.
- Assiste le CID en matière de la proposition des sanctions administrative, dégagé des programmes pour les stagiaires.
- Assisté de CID en matière de demandes de mutation (interne externe) des personnels dans le cadre de l'étude des demandes et prise de décision.

1.1.2. Le rôle du BAT :

On peut présenter le rôle du BAT comme suit :

- La recevabilité, l'étude des dossiers et des agréments des entrepôts publics et privés magasins et aires de dépôts temporaire (**MADT**).
- La recevabilité et l'étude des opérateurs économiques agréés.
- Accompagne les IPCOC - IPS - IPB - IPTP- Receveur en matière de législation et réglementation douanières.
- Assiste le CID dans l'élaboration des nouvelles réglementations et législations douanière et de leurs diffusions.

1.1.3. Le rôle du service IPS:

En général c'est la prise en charge de la phase préalable au dédouanement

➤ La prise en charge du manifeste :

Le manifeste de changement appelé aussi cargaison est un document de transport sur lequel apparait les renseignements commerciaux des marchandises tels que le nom de l'expéditeur et du destinataire, les marques, les numéros, le nombre et la nature des colis. Selon le mode de transport on peut distinguer plusieurs types de manifeste

- **Le connaissance maritime (bill of lading)** pour le transport maritime.
- **La lettre de transport aérien (airway bill)** pour le transport aérien.
- **Le Duplicata de la Lettre de Voiture Internationale (DLVI)** C'est le reçu d'expédition d'une marchandise à l'étranger par voie ferrée.

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

- **La lettre de transport routier :** C'est le document de transport par route, il possède les mêmes caractéristiques que la lettre de transport aérien et le duplicata de la lettre de voiture internationale

➤ **Accord et enregistrement des rectificatifs de manifeste :**

En cas de constations d'une différence entre la déclaration et ce qui a été réellement importé, suite à l'opération **Reconnaissance et Dénombrement des Colis (ECOR)** effectuée par la brigade commerciale, le service IPS réclame un bulletin différentiel (excédent, déficit...) avec justification de la compagnie de transport.

Un rectificatif est accordé sur demande par l'IPS auquel va se joindre un dossier qui dépend du cas de l'infraction. En effet, l'accord du rectificatif est soumis au paiement d'une amende de **25 000.00 DA** déterminée dans l'article 319 dans le Code de Douane.

➤ **La gestion du « Système Informatique de Gestion Automatisé des Douanes » (SIGAD):**

Ce système permet aux déclarants d'enregistrer leurs transactions sur support magnétique et dégager la déclaration finale.

Ce système est lié directement au CNIS « le Centre National de l'Informatique et des Statistique » ce qui permet par la suite de dégager des statistiques fiables sur la situation économique du pays (balance commerciale, balance des paiements...)

De ce fait, les problèmes informatiques rencontrés par les déclarants, en accédant au système sont immédiatement signalés au service I P S qui y remédie soit par orientation ou par maintenance

1.1.4. Le rôle du service IPCOC

Ce service est chargé de:

➤ **Cotation de la DD ;**

Une fois que la **DD** est portée sur le **SIGAD**, elle est systématiquement confiée à l'inspecteur vérificateur chargé de sa vérification et liquidation.

Avant de remettre la DD à l'inspecteur chargé de sa vérification, l'IPCOC effectue un contrôle initial sur le dossier tenant compte de certains paramètres (la nature de la marchandise, l'origine, la solvabilité de l'opérateur économique, la crédibilité du

Chapitre 03 Etude d'une opération d'opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

déclarant...etc) cette action a pour but d'orienter l'inspecteur vérificateur dans son control qui consiste à :

- **Consultation de circuit réservé a la DD.**

Il s'agit d'une technique douanière qui consiste selon le degré de doute a orienté (sur la marchandise et/ou l'opérateur économique) vers trois (03) types de circuits les différents DD.

- **Le circuit orange:** dans ce cas, l'inspecteur vérificateur est tenu à effectuer un control documentaire pour classer les énonciations de la déclaration par apport aux documents fournis, il pourra ensuite procéder a sa liquidation.
- **Le circuit rouge :** les marchandises dont la déclaration orientée vers le circuit rouge implique nécessairement une intervention physique et un contrôle documentaire avant de procéder à sa liquidation.
- **Le circuit vert ou le circuit accéléré:** c'est un avantage réservé aux **Opérateurs Économiques Agréés**, il permet la validation de la déclaration sans vérification des marchandises. Délivré par la **Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie CACI** uniquement aux opérateurs qui répond à un ensemble de critères (crédibilité, ancienneté...etc).

NB. L'inspecteur vérificateur réserve le droit de procéder a n'importe quelle opération à la vérification des marchandises orientée vers ce type de circuit.

- **Le contrôle documentaire et/ou physique des marchandises.**

Selon le circuit vers lequel est orienté la DD, l'inspecteur vérificateur est chargé d'effectuer un contrôle documentaire et/ou un contrôle physique des marchandises.

En effet, le verso de la DD est réservé à la reconnaissance de l'agent de visite et de l'inspecteur verificateur sur lequel doit rédiger les différentes contestations à propos de (l'origine, la valeur...)

L'inspecteur vérificateur est tenu de vérifier et liquider une DD dans un délai maximum de cinq jours, au-delà ce dernier doit présenter à l'**IPCOC** un compte rendu sur lequel il justifie ce retard et explique les motifs.

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

- **Constatation des infractions.**

Lors de la vérification de la DD, qu'elle soit documentaire ou physique, tout irrégularité, incohérence ou non concordance des énonciations de la DD au document joint ou à la marchandise, l'inspecteur vérificateur relève une infraction douanière et soumet le déclarant à un CX.

Ensuite, sur un support magnétique dit CTX, il procède au chargement du contentieux constaté. Chaque infraction est codée par un numéro d'affaire, c'est en introduisant ce numéro qu'on aura le type de CX et le montant à payer.

Un procès verbal de constat ou de saisie sera par la suite établie par l'inspecteur vérificateur sur le quel les faits (le type d'infraction, le montant de l'amende... etc) doivent être exposé d'une façon claire.

Le dossier est ensuite transmis à la recette pour finalisation et recouvrement de la créance, et la DD reprend son circuit et sera liquidé à la base des modifications portées par l'inspecteur vérificateur.

Nb. Lorsque la transaction contient une marchandise périssable, l'inspecteur vérificateur procède à sa liquidation immédiate par un **BEP** (le **Bon d'Enlèvement Provisoire**).

Il s'agit d'une déclaration simplifiée **D48** sur laquelle figure les pièces manquantes pour la DD, à charge pour le déclarant de procéder à sa complémentation dans un délai de cinq jours. A défaut, un CX de 25.000,00 DA est libéré à son encontre.

- **La liquidation des Droits et Taxes :**

Une fois que la vérification et la déclaration est achevée, les Droits et Taxes seront liquidés et leur validation sur le système des Droits et Taxes sera exigible.

Nb. Un nouveau système des DT est entré en vigueur à partir de 2017, il s'agit du système de DT à 10 chiffres.

L'IPCOC peut aussi procéder à la dé-cotation de la DD conformément aux règles réglementaires. Cette déclaration sera ensuite cotée à un autre inspecteur.

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

➤ **Annulation de la DD.**

Suite une demande motivée par le déclarant, l'IPCOC, conformément au circulaire N°643 possède les Prérogatives d'annulation de la DD si elle répond aux conditions suivantes.

- Le bon d'enlèvement n'a pas été accordé.
- La vérification des marchandises n'a donné lieu à aucun constat d'infraction.

➤ **Rectification de la DD.**

La rectification de la DD ne peut être accordée l'IPCOC après l'acquittement des Droits et Taxes ainsi qu'une amende de 25.000,00 DA.

➤ **Définir les modalités de paiement**

- **La facture domiciliée:**

Lorsque la valeur de la marchandise est supérieure à > 100.000,00 DA, le déclarant est tenu de présenter une facture domiciliée par sa banque portant :

- Cachet rectangulaire avec le numéro de compte
- Cachet rond de la banque
- Griffes et signature du chef du service

- **La facture non domiciliée :**

Si le montant de la facture est inférieur à <100.000,00 Da et le transfert du fond se fait par voie interbancaire, la domiciliation n'est plus exigée, il suffit d'une facture cachetée et signée par le fournisseur (l'exportateur).

- **Sans paiement :**

Pour un ensemble de produit, d'opération, la transaction peut se faire sans paiement si la déclaration présente l'un des cas suivants :

- **L'exportation d'échantillon:** la déclaration peut faire l'objet d'une opération d'exportation d'échantillon (pour pénétrer un marché à l'étranger, participer à un salon d'exposition...) d'une valeur inférieure < **30.000,00 DA** La transaction se fait sans paiement sur un délai bien déterminé à condition pour l'exportateur de procéder à sa restitution à la fin de ce délai ou de présenter un justificatif délivré par les autorités compétentes dans le pays de destination (**exemple** : Le PV de viciation pour les produits périssables ...).

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

- **Effet personnel :** pour les voyageurs ou toute personne physique, morale qui se prépare à un déménagement hors de territoire nationale est tenu de présenter ses effets au dédouanement, il s'agit des opérations non commerciales et non a but lucratif.

1.1.5. Le bureau CX:

Constituent des faits qualifiés d'infraction douanière toute missions ou action portant violation aux dispositions du code des douanes. Il existe deux (02) infractions douanières principales, dans la contrebande et l'importation ou l'exportation sans déclaration.

L'infraction douanière est définie comme étant « un acte ou une abstention contraire aux lois et règlements douaniers ».

A cet effet les missions du bureau CX sont comme suis.

- La recevabilité et l'étude des dossiers CX ainsi que les demandes transaction
- Accompagne les (PCOC - IPS - IPB - ITP-Receveur) aux contentieux douanier
- Assiste le CID à la diffusion des (notes- circulaires- ordonnances) relatifs aux CX.

Section 02 : La démarche méthodologique d'une opération d'exportation.

L'entreprise qui souhaite exporter à l'étranger, trouve des difficultés liées à la complexité de l'environnement international. De ce fait, l'entreprise doit mettre en œuvre une démarche d'exportation qui limite les risques et évite tous les obstacles ou désagrément susceptibles de la bloquer. Tout produit destiné à l'exportation doit absolument provenir de station de conditionnement ou d'unité de fabrication ou de transformation dûment agréées par l'Établissement d'Autonome de Contrôle et de Coordination des exportations.

La démarche d'exportation est présentée en cinq grandes étapes qui sont les suivantes

2.1.Diagnostic export

A cette étape, il s'agit d'évaluer l'aptitude de l'entreprise à exporter. Une démarche d'exportation peut devenir très coûteuse en temps et en argent si on ne s'assure pas d'avoir¹ :

- Un produit ou un service concurrentiel à offrir.
- Des ressources financières adéquates.
- Une capacité de production suffisante.

¹ Marrakchi. A: « *Guide CGEM Export* », 2012, p.08.
www.cgem.ma

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

➤ L'engagement de la direction.

Il est donc primordial, avant de faire un plan à l'exportation, de bien évaluer les forces et les faiblesses de l'entreprise.

Cette étape est cruciale, car elle peut faire la différence entre la réussite et l'échec sur le marché international. Le diagnostic s'exprime en deux dimensions :

- A. **Le diagnostic interne** : il présente les forces et les faiblesses de l'entreprise et ses fonctions.
- B. **Le diagnostic externe** : il s'agit des menaces et des opportunités liées aux différents environnements des marchés cibles.

Le diagnostic interne et le diagnostic externe vont déterminer et évaluer les potentiels stratégiques et opérationnels de l'entreprise face à des projets d'export. De même, ils vont orienter l'action stratégique et commerciale².

2.1.1. Diagnostic interne

Il représente une étape fondamentale lors du processus d'exportation. Il permet à l'entreprise exportatrice de mettre le point sur ses avantages et ses objectifs et priorités d'exportation en tant que gestionnaire. En réalisant un diagnostic export, l'exportateur renforce son aptitude à réussir à l'international. Avant de se lancer dans son projet d'exportation, il est primordial pour une entreprise d'évaluer sa capacité à exporter. Cet exercice, appelé « *le diagnostic export* », permet d'évaluer les ressources internes³ (humaines, financières et de production), l'avantage concurrentiel, ainsi que les objectifs et priorités de l'entreprise⁴. L'analyse de ces différents facteurs détermine la capacité de l'entreprise à exporter et ses chances de réussite sur un marché étranger. Cette partie résume en sept étapes les points sur lesquels devrait s'appuyer une entreprise lors de réalisation de son diagnostic export.

2.1.1.1. L'entreprise

Une entreprise qui a démarré depuis quelques années possède certainement une solide expérience dans le milieu des affaires et maîtrise mieux son environnement. Elle produit un bien de qualité reconnu sur le marché local qui répond aux besoins des clients et génère des

² Pasco-Berho. C : « *Marketing international en 23 fiches* », édition Dunod, Paris, 2008, p37.

³ Idem

⁴ Ibidem

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

flux financiers plus au moins stables. Les questions posées visent donc la croissance de son chiffre d'affaires, le nombre d'employés dont elle dispose, sa capacité d'emprunt et de production en cas où elle ferait face à une augmentation excessive de la demande pour son produit ou son service.

2.1.1.2. Les objectifs d'exportation

L'entreprise qui souhaite exporter doit être motivée et déterminée car l'exportation requiert du temps et des efforts importants. Il faut être sûr de pouvoir rivaliser la concurrence sur le marché cible. Après avoir examiné les motifs, il faut fixer ses objectifs. Ces derniers doivent être clairs et réalistes et sont primordiaux pour l'entrée d'un produit ou service sur le nouveau marché.

2.1.1.3. Le produit

Il est très important de savoir si le produit de l'entreprise possède un avantage concurrentiel lui permettant une différenciation par rapport aux autres. Que ce soit sur l'aspect fondamental du produit ou son aspect extérieur, (l'emballage à titre d'exemple).

L'objectif est de s'interroger sur les caractéristiques du produit, de mettre le point sur ses points forts et ses points faibles pour connaître les chances de réussite d'une éventuelle exportation sur le marché cible.

2.1.1.4. Les prix

L'établissement d'un prix stratégique est l'un des facteurs les plus importants du succès financier d'un projet d'exportation. Pour établir un prix à l'exportation réaliste, tout en assurant une marge bénéficiaire adéquate, il faut prendre en compte les coûts de production et de livraison, la concurrence et la demande. Il faut également examiner les paramètres qui caractérisent le marché cible ainsi que l'ensemble des coûts complémentaires occasionnés par l'exportation, notamment :

- Études de marché et vérification de solvabilité.
- Consultants et transitaires.
- Taux de change.
- Frais d'acheminement de la marchandise à destination.
- Droit du quai et frais de port
- Tarifs d'affranchissement internationaux, frais de téléphone et de télégraphie.

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

- Commissions, formation et autre coût liés aux représentants à l'étranger.
- Coûts de conditionnement, de marquage et d'étiquetage.

Le prix fixé reflètera la valeur du produit, son état, sa qualité et son cycle de vie.

A. Stratégie de prix élevé : Cette stratégie peut être adoptée lorsque l'entreprise cherche avant tout à défendre son image exclusive. Cette approche procure des profits marginaux substantiels et acquiert une valeur distinctive face à la concurrence auprès du marché visé. Cependant, elle peut attirer la concurrence sur ce marché.

B. Stratégie de bas prix : Plusieurs circonstances peuvent conduire une société à baisser ces prix. La première est une capacité de production excédentaire. Dans ce cas, l'entreprise cherche à effectuer des ventes supplémentaires. La seconde est une baisse de la part de marché due à une intensification de la concurrence. Une telle stratégie peut également être suivie lorsque l'on cherche à se débarrasser d'un surplus de marchandises. Mais cette approche présente toutefois des dangers : risque de la dégradation d'image, la clientèle peut douter de la qualité des produits et se tourner vers d'autres entreprises. D'autre part, une baisse des prix non suivie d'effet de volume affaiblit considérablement les moyens financiers.

2.1.1.5. La communication

Pour bien s'assurer de la réussite de l'introduction d'une entreprise dans le marché cible, il faut que l'entreprise accompagne toutes ses démarches d'une stratégie publicitaire. La publicité devra être adaptée aux valeurs culturelles et aux pratiques commerciales du pays visé pour augmenter ses chances de réussite.

2.1.1.6. La distribution

Une bonne planification de la politique de distribution dans un marché cible permettra sans doute au produit d'être livré à la clientèle cible à l'endroit convenu, à temps prévu et à un coût acceptable. Ainsi, quelque soit le type de stratégie exportatrice, directe ou indirecte, adopté par l'entreprise, une bonne stratégie d'entrée permet d'identifier le meilleur moyen de distribution du produit sur le marché cible afin d'atteindre le maximum de consommateurs au moindre coût.

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

Les questions dans ce cas porteront non seulement sur la politique de distribution, mais aussi sur le moyen de transport. En effet, pour réussir sa stratégie, il faut choisir le bon mode d'expédition toujours en comparant le coût, le temps et le lieu de livraison. En matière de logistique, si l'entreprise n'était pas familière avec les formalités ou les exigences à l'étranger, elle doit faire appel à un transitaire, un courtier en douane ou à un agent spécialisé en logistique de transport, ce qui prendra toutes les dispositions nécessaires pour assurer la livraison de la marchandise. Ces intermédiaires peuvent informer l'entreprise sur les tarifs, des assurances et de toute autre formalité.

Après avoir sélectionné le mode de pénétration d'un marché étranger, l'entreprise exportatrice doit choisir les canaux ou les circuits de distribution à l'intérieur de ce marché qui lui permettront d'acheminer ses produits jusqu'au consommateur final.

La sélection des circuits de distribution locaux nécessite au préalable la réalisation d'une étude de marché afin de familiariser avec la structure de distribution locale (nombre et taille des points de vente, nature des opérations de gros et de détail,...). En effet, les entreprises ne pourront généralement pas utiliser les mêmes réseaux de distribution d'un marché à l'autre, en raison des différences qui les caractérisent en niveau des structures de distribution.

2.1.1.7. L'expérience :

Si l'entreprise n'a jamais exporté, son expérience sur le marché local n'est pas à négliger. Les questions établissent des liens entre l'expérience passée et le projet actuel : la ressemblance des marchés, la longueur, les pratiques commerciales. Alors, on cherche à savoir si l'expérience passée de l'entreprise a été positive ou elle s'est terminée par un échec.

2.1.1.8. La recherche et Développement :

Facteur incontournable de compétitivité, la Recherche et Développement et l'innovation, permettent d'optimiser les performances et les résultats de l'entreprise afin d'améliorer son savoir-faire.

2.1.2. Le diagnostic externe :

L'étude de marché est indispensable, elle permet de gagner du temps et de l'argent. L'entreprise peut avoir recours à deux types de sources, directes et indirectes. Les sources directes sont des sources humaines : spécialistes de l'export et clients futurs de l'entreprise, les sources indirectes comprennent les documents d'informations : journaux, autres études de

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

marché, livres, etc. ainsi que les sources internet. L'étude de marché ne doit pas seulement comprendre des données types, telles que les informations sur le produit, son prix, son emplacement. Elle doit prendre également en compte des données dites « *internationales* » comme les coutumes du pays, les moyens de paiements (échange des devises, transactions internationales) ou encore les partenariats locaux.

A ce stade, le responsable de l'accompagnement export doit identifier et sélectionner le marché cible⁵. Il faut donc identifier les marchés et les pays potentiels pour d'éventuelles exportations et sélectionner les plus prometteurs.

Une étude documentaire peut être utile car elle permettra un gain de temps et d'argent et augmentera ainsi les chances de succès de l'entreprise désirant exporter. En effet, un bon ciblage et une bonne segmentation de marché permettra d'élaborer une stratégie marketing adaptée à ce segment et de concentrer les efforts de l'entreprise sur les clients qui seront plus réceptif aux offres de l'entreprise. Le but de l'étude est aussi d'évaluer la demande potentielle du marché ciblé et de pouvoir planifier sa stratégie ensuite.

Avant d'entamer une recherche sur les marchés potentiels, il est nécessaire de bien :

- Identifier et évaluer le produit que l'entreprise veut exporter ;
- Créer le profil du consommateur « type » de produit de l'entreprise.

En général, il est conseillé de concentrer ses efforts sur deux ou trois marchés potentiels de plus.

Pour maximiser ses chances de réussite sur le marché cible, l'entreprise doit sélectionner les différentes opportunités et menaces liée à son environnement externe.

⁵ Marrakchi. A, *Op, Cit*, P. 13.

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

Tableau N°08: Opportunités et menaces liée à l'entreprise

critères	recherche d'informations sur
Environnement économique	-Les signes vitaux du pays, tels que le PIB, le taux de chômage, le taux d'inflation, afin d'identifier un éventuel impact sur l'achat de produit de l'entreprise.
Environnement politique	-Le système politique en place ; -Le degré de stabilité de l'entreprise.
Règlementations en commerce international	-Les accords commerciaux dont le pays est signataires ; -Les restrictions douanières, les barrières non tarifaires, les licences d'importation, les brevets.
Situation géographique	-La proximité géographique ; -Les centres d'activité économiques ; -Le climat ; -Les saisons et leur impact sur le calendrier de production.
Transports et communications	-L'accessibilités aux moyens de transports/qualité de l'infrastructure de pays ; -Les ports d'entrée par voie maritime et aéroportuaire.
Environnement socioculturel	-Les langues ; -La culture, afin de mesurer l'impact des différences culturelles sur l'achat du produit de l'entreprise dans le nouveau pays.

Source : guide export, www.cgem.ma

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

Après le ciblage du marché potentiel, il est conseillé de faire une visite sur place pour valider les informations requises dans les recherches documentaires et les études de marché effectuées. La visite d'une foire commerciale par exemple constitue un moyen de validation des informations et de prise de connaissance des produits et des concurrents du marché ciblé. Parmi les méthodes les plus utilisées pour le choix du pays et marché en cible, « *la matrice choix pays cible* »⁶. Cette matrice permet de sélectionner un ensemble de critères regroupés en critères d'accessibilité, de potentialité et de sécurité

Tableau N°09 : accessibilités, potentialités, sécurités

ACCESSIBILITE	POTENTIALITE	SECURITE
Facteurs physiques	Données économiques de base	Transactions
Facteurs économiques et politiques	Dimension marché de mon produit	Investissements
Obstacles tarifaires/Non tarifaires	Concurrence sur mon marché	
Facteurs socioculturels	Type et mode de distribution	

Source : Marrakchi. A, *Op , Cit*, P. 14.

2.2.Négociation d'un contrat a l'international :

Suite à une rencontre entre le fournisseur et l'importateur, ce dernier spécifie les produits et les quantités qu'il souhaitait acheter. Le exportateur fait une offre de prix ainsi le choix de l'incoterm qui revient à l'entreprise (la majorité des exportation algérienne s'effectuent a base des incoterms de classe « C » qui sont des incoterms de vente au départ), procède au dédouanement à l'export et paye également le fret jusqu'au port/aéroport convenu, le risque de perte ou de dommage que peut subir la marchandise ainsi que toute augmentation des frais sont transférés du vendeur à l'acheteur lors du passage des marchandises a bord du Navire/Avion (a l'embarquement). En suite, ces deux parties négocient certaines conditions relatives aux termes du contrat, à savoir le mode de paiement, le mode de transport, les délais de livraison ainsi que la durée de validité du contrat.

⁶ Marrakchi. A, *Op, Cit*, p14.

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

Nb. Les salons d'exposition et les foires international sont des lieux opportuns pour négocier un contrat de commerce international.

2.2.1. Techniques de paiement utilisé :

En majorité, les transactions effectuées par voie aérienne sont de faibles valeurs (entre 1.000,00 € et 4.000,00€) vue le volume limité de ces derniers.

De ce fait le moyen de paiement le plus fréquent dans ce types de transaction est bien le virement international (SWIFT), tenant compte des risque qui présente.

Lorsqu'il s'agit des montants beaucoup plus important, les opérateurs exigent un moyen de payement documentaire, tel que le crédit documentaire ou la lettre de crédit irrévocable et confirmée conforme à la loi de finances 2009. Qui présente un minimum de risque pour le fournisseur que pour le client.

2.2.2. Choix du mode de distribution :

Il n'existe pas de mode de pénétration optimal, le choix d'un mode de distribution doit permettre de pénétrer le marché choisi et toucher sa clientèle cible. L'exportateur devra choisir entre les différents modes d'entrée qui s'offrent à lui compte tenu du :

- Type de marchandise (s'il s'agit d'un produit périssable...)
- Le volume, le poids.
- Le facteur temps...

2.2.3. Préparation de l'expédition :

Après avoir établi la facture (définitive domicilié ou pro-format), vient alors l'étape de préparation de la commande du client, ainsi que les documents nécessaires pour la prochaine étape qui est le passage en douane. Afin que la procédure se déroule dans les meilleures conditions, des meilleurs délais, le souci est de satisfaire le client, de répondre à ses exigences et de gagner sa confiance.

L'emballage à son tour représente une étape incontournable dans ce processus, il est d'ailleurs soumis au control des autorités compétente telle que les administrations de douane, bureau de l'inspection phytosanitaire...

Chapitre 03 Etude d'une opération d'opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

2.2.4. Choix du transitaire :

C'est une étape facultative, l'exportateur peut réaliser l'expédition lui-même comme il pourra faire sous-traiter les formalités douanières voire la logistique du transport, en choisissant un transitaire agréé par la Douane et reconnu pour sa compétence et sa moralité.

Ainsi, le rôle du transitaire pourra couvrir toute la chaîne logistique de transport, depuis la prise en charge de la marchandise, la négociation avec le transporteur jusqu'à la livraison selon l'incoterm prévu.

2.2.5. Le passage en douane :

L'exportateur doit présenter non seulement le titre d'exportation- engagement de change ou licence d'exportation mais aussi la déclaration d'exportation appelée DD (Déclaration en Détail des Marchandises) à imputer.

D'autres documents sont à fournir aux services douaniers :

- Le document de transport (LTA, connaissance maritime ...)
- la facture définitive.
- le certificat d'origine, certificat EUR1 si la destination est un pays de l'Union Européen.
- le certificat de colisage.
- Le certificat de phytosanitaire pour les produits végétaux.
- Le certificat vétérinaire pour les produits d'origine animal.

Après un contrôle sélectif de la marchandise, les services douaniers remettent à l'exportateur ou déclarant, le Bon d'enlèvement. Il faut souligner à ce sujet que la Douane a automatisé les procédures de passage en douane dans le cadre du système SIGAD (Système d'Informatisation et de Gestion Automatisée des Douanes).

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

2.2.6. L'embarquement :

- Première étape (le Pesage) :

A l'entrée, l'exportateur ou son représentant procède éventuellement au pesage de la marchandise déclarée à l'export sous le contrôle du service des douanes. Un bon de pesage visé par le service des douanes est délivré à l'exportateur.

- Deuxième étape (Scanner) :

Toute marchandise destinée à l'exportation est soumise obligatoirement à l'examen du scanner à l'exception de quelques produits sensibles tels que les animaux vivants et les œufs à couver. En cas de conformité : l'officier du scanner appose son visa sur le BAE (RAS) et le remet à l'exportateur ou son représentant.

En cas de non conformité : l'officier du scanner constate l'anomalie sur le **BAE** et le transmet au service de la brigade commerciale qui est tenue de prendre les mesures nécessaires pour s'assurer de la conformité de la marchandise.

- Troisième étape (Accord d'embarquement)

L'exportateur ou son transitaire, doit présenter le dossier d'export au service d'embarquement qui comprend les documents suivants:

1. Le **BAE** portant les visas et les mentions nécessaires.
2. Copie de la facture.
3. Copie de la déclaration d'exportation.
4. Le bon de mise à quai.
5. Le bon de pesage.
6. Tout autre document relatif aux réglementations particulières s'il y a lieu (contrôle technique, contrôle phytosanitaire...)

Après vérification du dossier, et en cas de conformité, le service émet son accord "Accord pour l'embarquement"

- Quatrième étape (établissement du Manifeste d'export) :

À la fin des opérations d'embarquement, le consignataire de la compagnie de transport procède à l'établissement de la liste définitive des unités de charges réellement embarquées. Cette liste constitue le manifeste cargaison provisoire. Le manifeste de cargaison provisoire sera transmis à la cellule d'embarquement joint d'un état différentiel par rapport à

Chapitre 03 Etude d'une opération d'opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

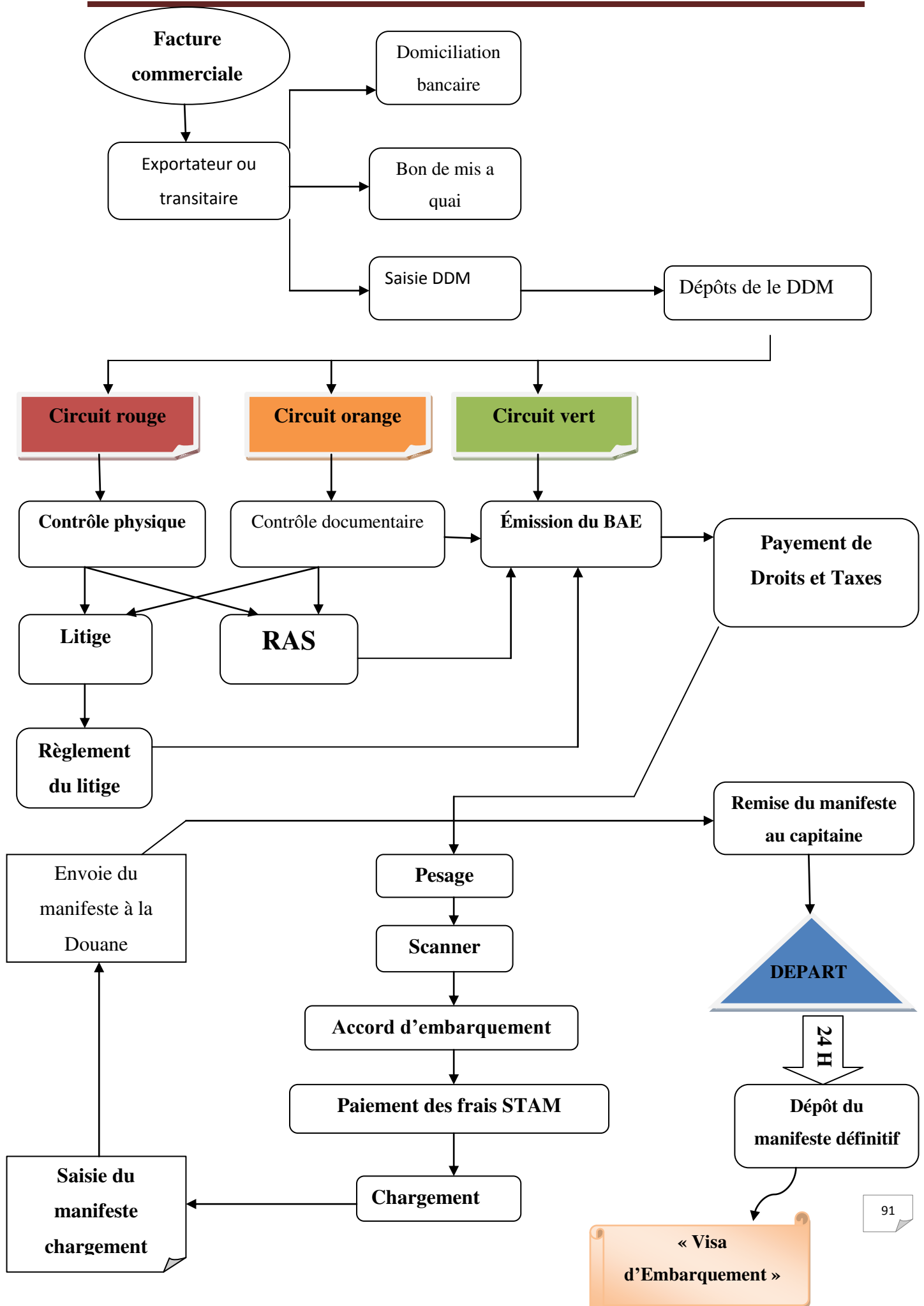
la liste d'embarquement prévisionnelle transmise auparavant et ce pour approbation et autorisation du départ. Une copie de ce manifeste cargaison provisoire sera adressé au capitaine.

- Cinquième étape (Visa d'embarquement)

À l'issue du manifeste définitif, le service des douanes procède à la délivrance des Visas d'embarquement des marchandises suite une demande écrite de la part de l'exportateur ou son représentant.

Figure N°15 : La démarche d'exportation

Chapitre 03 Etude d'une opération d'opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »



Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

Source : www.douane.gov.dz/2018-04-04_MANUEL_EXPORT_MARS_2018.pdf

Une fois ces différentes étapes maîtrisées, au fil de la démarche de l'entreprise et de ces expériences à l'export, elle prend de l'ampleur et elle découvre qu'elle a besoin d'affiner sa stratégie export. Car, une fois le marché cible intégré, il faut y rester et se rendre indispensable. Il faut soyez donc présents, flexibles, réactifs et travaillez son système de gestion des relations clientèles afin d'adapter une stratégie export à long terme.

Section 03 : Le traitement des résultats de l'exercice.

Afin de consolider les connaissances théoriques présentées dans les chapitres précédents, cette section est consacrée à l'illustration des étapes de la procédure suivie par « SARL GREEN HIPPON EXPORT » lors d'une expédition d'un lot de fruits, légumes et alimentation général vers le Qatar par l'entreprise « SAHRA ECHARK TRADING ».

Suivant la même procédure mentionnée dans la section précédente, l'entreprise « GREEN HIPPON EXPORT » exerce cette activité depuis 2008 et réalise des exportations vers différentes régions et contribue au rapatriement de **300 000.00 DUS** à **500 000.00 DUS** par an.

3.1. Le diagnostique Export.

Comme en l'a déjà vue, cette étape repose sur deux niveaux d'évaluation :

3.1.1. Le diagnostique interne: comme l'en a déjà signalé, l'entreprise « GREEN HIPPON EXPORT » exerce l'activité d'exportation depuis 2008, soit 10 ans d'expérience sur le marché international, ce qui lui a permis d'enregistrer une expérience importante dans ce métier d'une part. D'autre part, la qualité des fruits et légumes Algérienne et spécifiquement les dattes font de ces derniers une marchandise très recherchée, vu que l'entreprise est spécialisée dans l'exportation des produits alimentaires, elle prend donc l'initiative d'offrir un produit de meilleure qualité.

3.1.2. Le diagnostique externe :

Aujourd'hui, le monde est devenu très petit, une information circule tellement vite qu'elle peut faire le tour du monde en espèce d'une journée grâce à l'internet. Une bonne

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

métrie de l'outil informatique a permis à l'entreprise « GREEN HIPPO EXPORT » non seulement de présenter sa marque et acquérir une notoriété à l'international, mais aussi de réaliser des études sur les marchés étrangers et d'évaluer son aptitude à les pénétrer, d'une part.

D'autre part, l'omniprésence du responsable de l'entreprise sur ses marchés consolide ses relations avec la clientèle et permet l'adaptation d'une stratégie export à long terme.

3.2. Négociation d'un contrat à l'international.

Au cours de la première Foire Internationale de la Production de DOHA qui a eu lieu du 09 au 11 Septembre 2018 à DOHA –Qatar, ce qui constitue une excellente occasion pour les entreprises algériennes pour faire connaître leurs produits et leur savoir-faire et découvrir les potentialités de placer les produits algériens à ce marché et explorer les possibilités de développement des relations commerciales et de partenariat entre les opérateurs algériens et leurs homologues qataris et étrangers.

Tenant compte du l'embargo imposé par les pays arabes à savoir : l'Arabie saoudite, Égypte, Bahreïn et Abu Dhabi... sur le marché Qatarien qui s'ouvre une forte demande sur plusieurs produits et l'absence de la concurrence, une opportunité que les entreprises Algériennes ont saisies.

Il convient aussi de noter que le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE) remboursera les frais de votre participation liés à la location des surfaces d'exposition et d'acheminement des échantillons à hauteur de **50%**.

3.2.1. Techniques de paiement utilisées.

Comme le montre la déclaration de douane et la facture originale (voir annexes) le paiement de cette transaction est fait par virement international (SWIFT) sur un délai de 30 jours à compter de la date d'embarquement.

Cette technique de paiement présente un risque pour l'entreprise « SARL GREEN HIPPO EXPORT » car une fois que la marchandise est expédiée, l'action de règlement est résetée à la volonté de « SAHRA ECHARK TRADING ».

3.2.2. Le moyen de transport utilisé.

Retournant toujours à la facture et le Certificat de phytosanitaire, il est clair que cette expédition contient un lot de produits périssables, de ce fait le moyen de transport le plus

Chapitre 03 Etude d'une opération d'opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

convenant est bien la voie aérienne, c'est pourquoi ils ont fait appelle à la compagnie aérienne QATAR AIRWAYS.

3.3. Préparation de l'expédition.

Il s'agit d'un lot de **2 672 kg** dont **1 200 kg** de dattes, **400 kg** de datte sécher, **250kg** de semoule de blé et autre produits alimentaires. Préparer et pré acheminer d'ANNABA à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE » à Alger a charge de l'exportateur vu que l'INCOTERM choisit est bien FCA, ce qui fait que tout les frais avant l'embarquement sont a charge de l'exportateur (Conditionnement & Emballage, Empotage chargement à l'usine, Pré-acheminement et Dédouanement Export).

3.4. Le choix du transitaire.

C'est une étape optionnelle, l'exportateur peut réaliser l'expédition lui-même comme il pourra faire sous-traiter les formalités douanières voire la logistique du transport, en choisissant un transitaire agréé par la Douane et reconnu pour sa compétence et sa moralité.

Dans notre cas l'entreprise « GREEN HIPPON EXPORT » à fait recours de la « SARL FLASH TRANSIT » qui s'ait occupé du passage en douane et la procédure d'embarquement.

3.5. Le passage en douane.

À ce stade, le transitaire va porter déclaration sur le système « SIGAD » auquel doit être prudent, car une petite erreur vas lui couter 25 000.00 DA d'amande.

Mais ce type de marchandise doit être expédiée le jour de son arrivé a l'aéroport, c'est pourquoi l'administration de douane à adopté une procédure simplifiée pour des cas pareille, il s'agit d'un (BEP) le Bon a Enlèvement Provisoire et la soumission au **D48**. Le transitaire présente a l'inspecteur vérificateur: une facture pro format, le certificat d'origine, le certificat de phytosanitaire et la **LTA**. Et s'engage a présenté la facture domicilier dans un délai maximum de **5 jours** comme convenu sur le **D48** et procède à au portage de la déclaration final puis le payment des Droits et Taxes et entame la prochaine étape.

3.6. L'embarquement.

C'est la dernière étape du processus, elle est a son tour composé de Quatre stations.

Chapitre 03 Etude d'une opération d'opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

3.6.1. Le pesage :

Avec la présence d'un agent de douane la compagnie aérienne procède au pesage des marchandises après emballage et dégage le manifeste.

3.6.2. Le scanner :

Cette action est faite par des agents de douane spécialisés et former pour ce genre d'opération, pour se prémunir contre toute sorte de fraude ou de contrebande.

3.6.3. L'accord d'embarquement :

Une fois que les deux étapes précédentes sont achevées et approuvé, l'inspecteur vérificateur liquide la marchandise et donne l'accord d'embarquement qui sera transmis directement au commandons de bord.

3.6.4. Le chargement :

Et enfin, la compagnie aérienne peut procéder au chargement des marchandises à bord du l'avion auquel vas être attribué un numéro dit « le gros et article », il s'agit d'un code donné a la marchandise en fonction de la place occupé à bord et qui sert de son identification rapide une fois arrivé à destination.

Chapitre 03 Etude d'une opération d'exportation au niveau du Fret à l'aéroport « HOUARI BOUMEDIENE »

Conclusion :

L'étude de certains aspects de l'Algérie révèle l'existence de plusieurs atouts, naturels et infrastructurels importants, permettant aux entreprises d'améliorer leur compétitivité. Aussi, au cours de notre stage pratique, nous avons pu constater l'existence d'un tissu de PME dynamiques et potentiellement exportatrices qui peuvent contribuer à la promotion et à la diversification des exportations en Algérie. C'est pourquoi que les autorités Algérienne doivent accordées plus d'importance à cette catégorie d'entreprises qui constituent la principale source de croissance économique d'un pays.

CONCLUSION GENERALE

CONCLUSION GENERALE

L'importance du commerce extérieur d'un pays se mesure par les performances économiques enregistrées par ce dernier. En effet, les exportations permettent de mettre en évidence les ressources et les capacités productives de l'entreprise, ce qui lui permet de se retourner vers le marché extérieur et de se forger une place.

En Algérie, les indicateurs économiques du pays révèlent que l'économie algérienne est non seulement dépendante des exportations des hydrocarbures, mais également tributaire des importations des biens de consommation et d'équipements nécessaires à la consommation nationale et au développement du Pays. Tout ceci induit à un handicap majeur à long terme qui menace pour l'économie algérienne.

C'est dans ce contexte que l'État Algérien a pris quelques mesures visant à la création des organismes et institutions chargés de la promotion des exportations tels que la CAGEX, PROMEX, FSPE, ALGEX. S'ajoutent à ces mesures, les accords commerciaux qu'a signés l'Algérie dans le but de promouvoir ses exportations et profiter des opportunités offertes par l'ouverture. Parmi ces accords, on cite la signature des accords d'association avec l'Union Européenne (UE), l'adhésion à la zone arabe de Libre échange (GZALE) et la mise en place d'un système généralisé de préférences commerciales avec les USA(SGP).

Toute entreprise désirant s'internationaliser doit d'abord s'imposer sur le marché local et couvrir la demande nationale, ensuite, cibler des marchés étrangers. La procédure d'exportation peut être justifiée par plusieurs raisons. A ce propos F. David écrit : « *L'exportation n'est ni maléfique en soi ni bénéfique, mais nécessaire* »¹. Cette constatation s'appuie sur des raisons de principe. Il faut exporter à la fois pour ne pas mettre en danger un des grands équilibres économiques et assurer ainsi la survie des entreprises.

Aujourd'hui, la réussite des entreprises à l'international dépend de la maîtrise du processus d'exportation, en l'occurrence la maîtrise du diagnostic export, qui constitue l'élément de la plate-forme d'une démarche d'exportation. A cela s'ajoute les bonnes méthodes de ciblage des marchés étrangers, la logistique et le transport international de marchandise, les moyens de paiements, etc. La maîtrise du processus d'exportation requiert également la maîtrise technologique et du savoir-faire afin de renforcer la capacité d'innovation constante des entreprises, de produire de nouveaux produits.

Au cours de la recherche bibliographique et le stage effectué au sein de l'Inspection Divisionnaire des Douanes à l'aéroport HOUARI BOUMEDIENE, Alger, et suite à un entretien avec un déclarant en douane, puis une étude d'un cas relatif à notre thème qui nous a

¹ F. David In, « *Le mythe de l'exportation* », Calmann-Lévy, 1971, p.67.
ALGEX : Nationale de Promotion du Commerce Extérieur.

CONCLUSION GENERALE

été remis par ce dernier, nous avons apporté des éléments de réponses à l'ensemble des questions posées tout au début de notre étude ainsi qu'à notre problématique, à savoir : Les entreprises exportatrices hors hydrocarbures tentent de s'internationaliser afin de réduire cette dépendance multiforme de l'Algérie vis-à-vis de l'étranger. Ces dernières doivent concentrer leurs efforts sur la maîtrise des méthodes modernes de gestion, la connaissance des marchés étrangers ainsi que le recours aux aides et accompagnements de l'État.

Le processus d'exportation est répartie en cinq étapes essentiels : le diagnostic export qui sert à évalué tous les éléments interne et externe de l'entreprise pour déterminer les forces et les faiblesses de l'entreprise ainsi ces opportunités et menaces ; les marchés cibles (qui lui constitue le meilleur potentiel) ; une stratégie marketing propre au produit et au prix ; l'expédition (les réseaux de distribution, les moyens de transports) et en fin les moyens de financement.

Bibliographie :

Ouvrages :

- Antoine Panet-Raymond. Denis Robichaud « le commerce international, une approche Nord-Américaine» les éditions de la chancellerie ,2005.
- B. Martory J.Y CAPUL. Économie générale. Ed. Armand Collin. Paris 2005.
- BENISSAD. H. (1991) « La réforme économique en Algérie ou l'indicible ajustement structurel », OPU. Alger.
- Charles .P, Kinderberger .P et Lender .H ''économie internationale'', Economica Paris, 1981.
- Guillochon Bernard, Kawecki Annie, « économie internationale »,6ème Edition, Dunod, Paris, 2009.
- J.Capul et O.Garnier ; Dictionnaire d'économie et des sciences sociales, édition Hatier, Paris 2005.
- Jaime de Melo – Jean – Marie Grether, Commerce international « Théorie et application », édition de boeck, Bruxelles 1997.
- Jean Pierre Bibeau. «Introduction à l'économie internationale».3eme édition. 1999.
- Jean Louis Mucchielli, «principes d'économie internationale ».édition economica.Paris, 1989,
- J.L.MUCCHIL. Économie International. Ed. Dalloz. Paris, 2005.
- JeanY, Olivier G, dictionnaire d'économie et des science sociales, Edition Hatier, Paris, 2006
- Monod. D, «Moyens et techniques de paiements internationaux », Ed. Eska, Paris, 2007.
- Legay. D, « Commerce international », Edition, Nathan, Paris, 2011.
- Pasco.C«Marketing international», Edition, Dunod, Paris.
- Rachid Boujemaa, cours de comptabilité nationale, édition OPU, Alger, 2003.

Thèses et mémoires :

- Alilou Farida et Allouti Rachida. « la politique commerciale de l'Algérie : cas du partenariat Algérie-UE ».Mémoire de master en science commerciales, université de Bejaia, promotion 2012-2013.
- Bendifallah Sarah, Bounouni Ouaili «l'apport de la politique de promotion du commerce extérieur Algérien et l'avenir des exportations hors hydrocarbures » Mémoire de master en science commerciales, université de Bejaia, promotion 2014-2015

- Berrached Amine. «Ouverture commerciale et croissance économique dans les pays du sud et de l'est de la méditerranée ».Mémoire de magistère en science économique, université d'Oran, année 2012-2013.
- CHELOUAH Nadir et BRADAI Amirouche « Essai d'analyse des déterminants des exportations du secteur agroalimentaire en Algérie : Enquête auprès des entreprises de wilaya Bejaia », mémoire de master en science commerciale, université Abderrahmane mira Bejaia, promotion 2015-2016.
- Cherrou Kahina, «compétitivité dans le cadre de mondialisation : Etude comparative de l'industrie automobile »mémoire de magistère en économie et finance internationales, université mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, année 2013-2014.
- HAMADI.Y, SAAOUI.G « Les exportation hors hydrocarbures en Algérie » UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA, Promotion: 2016-2017.
- KACI.B. (2008) « Les impacts du commerce extérieur sur les performances de l'économie algérienne depuis l'indépendance à nos jours ». Magister. FDSE. Bejaia.
- KHERBOUCHE. F, et TARAKLI.F et TOUATI. S : « L'agriculture et les industries agro-alimentaires en Algérie : problèmes et enjeux ; cas de l'entreprise KHODJA de seddouk », Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention d'une licence, université A. Mira de Bejaia, option : « Analyse économique, Année : 2008-2009.
- Kaci Boualem, « les impacts du commerce extérieur sur les performances de l'économie Algérienne depuis l'indépendance à nos jours». Mémoire de magistère, université Abderrahmane mira de Bejaia, Année 2007-2008.
- MERZOUK.S, HAMITI.Z « Contribution des PME Algériennes au commerce extérieur » Mémoire Master, UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA, promotion juin 2013
- Redouane A, Développement des PME et promotions des exportations: Quelles perspectives pour l'Algérie?, mémoire de magistère, 2009.

Articles et revues scientifiques:

- Ati Takarli, « Les exportations hors hydrocarbures algériennes », Communication présentée à l'occasion de la tenue de la convention France Maghreb, Paris, les 5 et 6 février 2008.
- Duc-LOI.Phan, « les théories du commerce internationale : état actuel des connaissances et controverses », Revue d'économie rurale, V226.N0 226,1995.
- Ministère du Commerce Algérie ; Direction de la Promotion des Exportations. Convention France Maghreb, Paris les 5 et 6 février 2008.

- Mehdi A, l'ouverture commerciale de l'Algérie, cahier de recherche N°13/2011
- Ministère du commerce, Direction de la Promotion des Exportations, « recueil relatif aux avantages et facilitations accordés aux exportations, aux exportations hors hydrocarbures », Avril 2007
- Niosi, « Etude sur l'accompagnement à l'internationalisation des petites et moyennes entreprises », université de QUEBEC, Montréal, 2011.
- L'ordonnance 74-12 du 30 janvier 1974.
- Publication de Ministre de l'agriculture et du développement rural, 2014.

Sites internet :

- www.agroligne.com
- www.algex.dz
- www.caci.dz
- <file:///C:/Users/AS/Downloads/532a11caaf02d.pdf> le 02/12/2018 à 19:50
- http://univerre.fr/private12/upload/pdf_doc/1050.pdf
- <https://elbassair.net/Centretelmsan/13.pdf>

ANNEXES

[illegible]

EURIL BAB EL DJAZIRA EXPORT

Lot n° 28 - Lots Benyahia Chaïba - Koléa - Tipaza

RC: 17B 0524869 - 00/42

NIF: 001742052486954

FACTURE EXPORT N° 54/2018 DU 24/10/2018

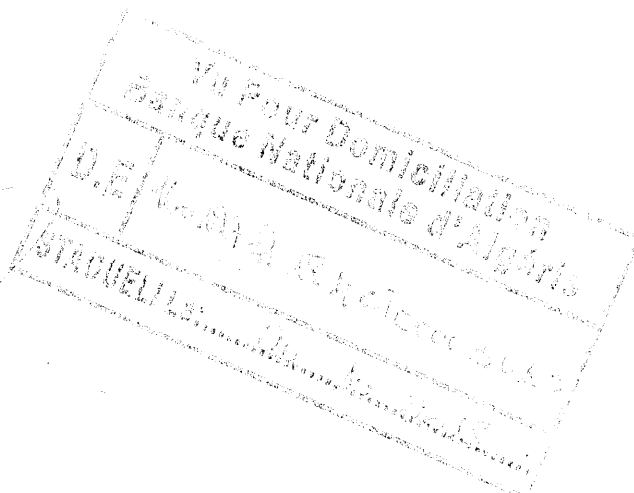
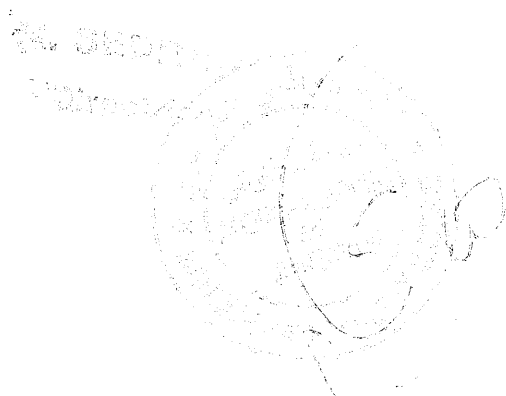
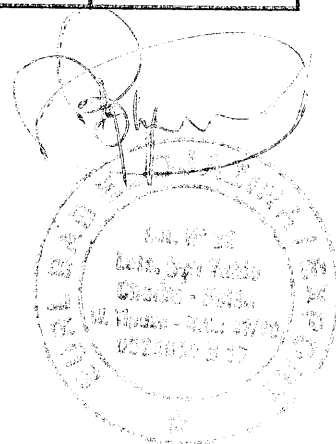
Client: 9311-3652 Quebec Inc

1300 avenue valleyfield Suite 5, Laval, H7C 2K6, QC, CANADA

Tél: 450 - 661 6666

Désignation	Quantité / Kg	P.U. USD / Kg	Total USD
Navets	600	0,70	420,00
Cardons	300	0,60	180,00
Aubergines	385	0,80	308,00
Haricots	290	0,85	246,50
Olives	1000	0,80	800,00
Total	2575		1 954,50

- * Arrêtée la présente facture à la somme de :
- * **Mille neuf cent cinquante quatre USD et 50 Cts**
- * Incoterm / CPT
- * Le paiement transfert libre
- * Banque Nationale d'Algérie
- * Compte: 0300 000 581 Clé 69
- * Code banque: 001
- * Code agence: 00440
- * Code Swift: BNALDZALXXX
- * Airport of landing: Alger
- * Airport of discharge: Montréal



DOUANE ALGERIENNE

QUITTANCE

Matrice	C-type	Numéro	Date

Références :

Mode de Paiement : 2000,00

Bureau : APPRECIATION FISCAL
 Numéro : 117558 Date : 24-10-11

Partie Versante / Bénéficiaire

P.C. BAB EL DJAZAIRA TEL. 5231/2015

VISA CAISSIER

CACHET

Droits et Taxes	
Code	Montant
	415
Total	

Autres recouvrements et opérations diverses	
Code	Montant
	2.000,00
Total	2.000,00

Montant Total en Lettres :

DEUX MILLES
DINARS

*** 2.000,00 ***

1100 EXPORT DEFENIT 002 005

EURL BAB EL DJAZIRA EXPORT
LOT N° 28 BEN YAHIA CHAIBA KOLEA
TIPAZA AL GERIE

7 001742052486954 42000 REVENUE EN DEDAT

9311-3652 QUEBEC INC 1300 SUITE 5
AVENUE VALLEYFIELD LAVAL H7C 2K6 QC CANADA

USD 1954,50

EURL BAB EL DJAZIRA EXPORT

10

2764

003

028 0709300000

385

AUBERGINES

004

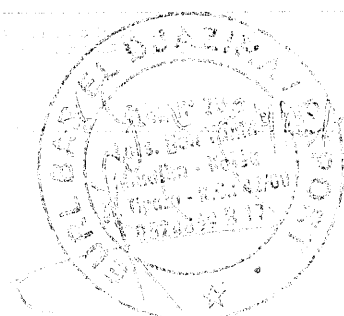
028

0709202000

290

MANICOTS

210 600 620 625 655



DOUANE ALGERIENNES

commissionnaire

Bureau

D E B AHB.....

en douane N°

Reppert N°

D48 SOUMISSION

(engagement de produire un document ou
D'accomplir une formalité)

Soumission N°.....

Enregistrée le

je soussigné TRANSIT

BUREAU BAB EL DJAZIRA EXPORT

P/C **BUREAU BAB EL DJAZIRA EXPORT**

M'engage, sous les peines de droit conjointement et solidairement caution
PRODUIRE FACTURE ORIGINALE DOMICILIE également soussigné

(Cachet)

(Signature)

La présente soumission concerne
Concerne les marchandises reprises
Ses à la déclaration.

Modèle D

Espèce des marchandises :

Dans un délai de ...05 JR.....à compter de la date d'enregistrement de la
Présente soumission et en cas d'inexécution totale ou partielle de cette obligation,
Acquitter à première réquisition, le montant des droites taxes et pénalités exigibles

Poids KG **2575**

Valeur USD **195450**

La signature de la caution

la caution

le déclarant

Mention manuscrite
Lu et approuvé

Caution agréées

Le.....

Le Releveur.

MENTIONS DIVERSES

(Date, signature, cachet)

Consignation N°.....

..... pour la

Somme

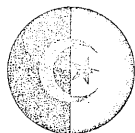
Le.....

ATTESTATION RELATIVE A L'ACCOMPLISSEMENT DES ENGAGEMENTS

Le receveur

Date, signature, cachet)

imprimerie des douanes



REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTRE DE L'AGRICULTURE, DU DEVELOPPEMENT RURAL ET DE LA PECHE



CERTIFICAT PHYTOSANITAIRE

N° 2332/1113/13 Loi n° 87 - 17 du 1er Aout 1987

Décret Exécutif n° 93- 286 du 23 Novembre 1993

N° 10007667

ORGANISATION DE LA PROTECTION DES VEGETAUX DE L'ALGERIE

A: ORGANISATION DE LA PROTECTION DES VEGETAUX DE Canada.

Nom et adresse de l'expéditeur: *Barb El-Djain Export / H&M*

Nom et adresse déclarés du destinataire: *9311 3652 / Quebec, Inc, 1300*

Nombre et nature des colis: *06 Palettes*

Marques des colis: *Avenue Valleyfield*

Lieu d'origine: *ALGER ALGERIE*

Moyen de transport déclaré: *Fort aérien*

point d'entrée déclaré: *Aéroport de Montréal*

Nom du produit et quantité déclarée: *Legumes frais / Poids net 2157*

Nom botanique des végétaux: *Brassic napale, Solanum melongena*

Phaseolus vulgaris, Cynodon dactylon

Il est certifié que les végétaux, produits végétaux ou autres articles réglementés décrits ci-dessus ont été inspectés et/ou testés suivant des procédures officielles appropriées et estimés exempts d'organismes de quarantaine comme spécifié par la partie contractante importatrice et qu'ils sont jugés conformes aux exigences phytosanitaires en vigueur de la partie contractante importatrice, y compris à celle concernant les organismes réglementés non de quarantaine.

DÉCLARATION SUPPLÉMENTAIRE

TRAITEMENT DE DESINFESTATION ET/OU DE DESINFECTION

Date:..... Traitement:.....

Produit chimique (Matière active):..... Durée et température:.....

Concentration:.....

Renseignements complémentaires:.....

Lieu de délivrance: *Aéroport d'Algier*

Nom du fonctionnaire autorisé:.....

Date: *24/10/18*

cachet et signature

[Signature]

Shipper's Name and Address 124 AIG 3763 6966 EURI BAR EI DIAZTRA EXPORT LOT N 28 BEN VAHTA CHATBA KOIEA		Shipper's Account Number		NON NEGOCIABLE LETTRE DE TRANSPORT AERIEN Emise par: Air Algerie SPA au capital de 43.000.000.000 DA 1, Place Maurice Audin - Alger Membre de l'IATA et de l'IATAF Registre de Commerce 00B 0011900 - Alger 																	
Consignee's Name and Address ALGERIA TEI: 0556 37 84 15 9311-3652 QUEBEC INC 1300 SUITE 5 AVENUE DE VALLEYFIELD		Consignee's Account Number		Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity. It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplemental charge if required.																	
Issuing Carrier's Agent Name and City H7C2K6 MONTREAL CANADA TEI: 450 661 6666				Accounting Information																	
Agent's IATA Code ALGER		Account No.																			
Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requested Routing				Reference Number		Optional Shipping Information															
To 03-14-0055 By First Carrier Routing and Destination To By To By Airport of Destination Requested Flight/Date				Currency CHGS Code WT/VOL PPD COLL Other PPD COLL Declared Value for Carriage Declared Value for Customs																	
Handling Information MONTREAL DORVAL AH2700/24				Amount of Insurance D7DPP X X NUD NCU		INSURANCE - If Carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked "Amount of Insurance".															
(For U.S.A. use only) These commodities, technology or software were exported from the United States in accordance with the Export Administration Regulations. Diversion contrary to USA law prohibited.																					
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>No. of Pieces RCP</th> <th>Gross Weight kg/lb</th> <th>Rate Class Commodity Item No.</th> <th>Chargeable Weight</th> <th>Rate / Charge</th> <th>Total</th> <th>Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10</td> <td>2764.00</td> <td>Q</td> <td>2764.0</td> <td>95.00</td> <td>262580.00</td> <td>LEGUMES+ OILIVES</td> </tr> </tbody> </table>								No. of Pieces RCP	Gross Weight kg/lb	Rate Class Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate / Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)	10	2764.00	Q	2764.0	95.00	262580.00	LEGUMES+ OILIVES
No. of Pieces RCP	Gross Weight kg/lb	Rate Class Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate / Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)															
10	2764.00	Q	2764.0	95.00	262580.00	LEGUMES+ OILIVES															
Prepaid 10 2764.0		Weight Charge		Collect		Other Charges															
		Valuation Charge				262580.00 PER ME4 VOLUME: 0.000															
		Tax				AWC 800.00 CHC 2211.20 MVC 19348.00															
		Total Other Charges Due Agent				SCC 10000.00 TXC 1934.80 TEC 2472.15															
		Total Other Charges Due Carrier				Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations.															
Total Prepaid 26766.15		Total Collect				Signature of Shipper or his Agent															
Currency Conversion Rates		CC Charges in Dest. Currency				FOR: EURI BAR EI DIAZTRA EXPORT Executed on (date) at (place) Signature of Issuing Carrier or its Agent 24 OCT 2018 ALGER KARTM OUCIEF															
Charges at Destination		Total Collect Charges																			

Tables des matières

Remerciements

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Sommaire

INTRODUCTION GENERALE	01
Chapitre I : Les fondements théoriques du commerce international	04
Section1 : Présentation générale du commerce international	04
1.1. Le commerce international :	04
1.2. Quelques Définitions :	07
1.2.1. Le commerce extérieur :	07
1.2.2. Les exportations :	07
1.2.3. Les importations :	07
1.2.4. La balance commerciale :	07
1.3. Les fondements théoriques du commerce international	08
1.3.1. Les théories traditionnelles du commerce international :	08
1.3.1.1. La théorie mercantiliste :	08
1.3.1.2. La théorie d'avantage absolu d'Adam Smith :	09
1.3.1.3. La théorie des avantages comparatifs de David Ricardo:	10
1.3.1.4. La théorie HOS :	10
1.3.2. Les nouvelles théories du commerce international	11
1.3.2.1. La théorie de cycle de vie de Vernon	12
1.3.2.2. La théorie stratégique du commerce international :	14
1.3.2.3. La différenciation des produits	14
1.3.2.4. Rendement d'échelle croissant	15
A. Les différents cas de rendement d'échelle croissant	15
Section 02 : L'internationalisation des entreprises	16
2.1. Les raisons d'internationalisation :	16
2.1.1. Les Raisons stratégiques :	16
2.1.1.1. La répartition des risques entre plusieurs pays	16
2.1.1.2. Procure des avantages concurrentiels :	17
2.1.2. Les raisons liées au marché	17

Tables des matières

2.1.2.1. Facteurs liés au marché de base	17
2.1.2.2. Facteurs liés aux marchés étrangers	17
2.1.2.3. Les facteurs commerciaux	17
A. L'étroitesse du marché national ou sa saturation	18
 B. La spécialisation de l'entreprise	18
C. La régulation des ventes de l'entreprise	18
D. Cycle de vie international du produit	18
2.1.3. Les raisons industriels	18
2.1.3.1. La recherche de l'économie d'échelle	18
 2.1.3.2. L'abaissement des coûts de production	19
2.1.4. Les facteurs environnementaux :	19
2.1.5. Les facteurs d'opportunités :	19
2.1.5.1. Une demande spontanée.....	19
2.1.5.2. Une production excédentaire	19
2.1.5.3. La motivation du dirigeant	20
2.2. Les risque de l'internationalisation :	20
2.2.1. Le risque commercial	20
2.2.2. Le risque politique	21
2.2.3. Risque de change :	21
2.2.4. Les risques de catastrophes naturelles :	22
2.2.5. Les risques liés au coût de la prospection de marchés extérieurs	22
2.2.6. Les risques liés au transport des marchandises	22
Section 03 : La logistique du commerce extérieur	22
3.1. Les moyens de paiement	22
3.1.1. L'encaissement simple	23
3.1.1.1. Le virement international	23
3.1.1.2. Le chèque	23
3.1.1.3. La lettre de change	23
3.1.1.4. Le billet à ordre.....	25
3.1.2. La remise documentaire	25
3.1.3. Le crédit documentaire	26

Tables des matières

3.2. Les incoterms	28
--------------------------	----

Conclusion	30
Chapitre II : Le Commerce extérieur en Algérie	31
Section 01 :L'évolution des politiques commerciales en Algérie	31
1.1.Le processus de libéralisation du commerce extérieur.....	31
1.1.1. L'évolution du cadre juridique du commerce extérieur.....	31
1.1.1.1. Période de (1963-1988)«Le monopole de l'État sur le commerce extérieur	31
A. Le régime du commerce d'importation.....	32
B. Le régime du commerce d'exportation.....	34
1.1.1.2.Période de(1988-1994) « Les tentatives de libéralisation du commerce extérieur	36
A. Les encouragements fiscaux	37
Les encouragements en matière de prix.....	38
B. Les encouragements en matière d'assurance	38
1.1.1.3.Période après 1994 « La libéralisation du commerce extérieur	38
A. Le régime à l'importation.....	39
B. Le régime à l'exportation.....	39
1.1.2. L'ouverture commerciale multilatérale et régionale de l'Algérie	42
1.1.2.1. L'accession de l'Algérie à l'OMC	42
1.1.2.2. L'accord d'association avec l'Union Européenne	43
A. La zone de libre-échange.....	43
B. L'harmonisation du cadre de réglementaire.....	44
C. La coopération.....	44
1.1.2.3. Les accords bilatéraux avec les pays arabes.....	45
1.1.2.4. Le Système Généralisé des Préférences commerciales (SGP) avec les USA	45
1.2.La promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie	46
1.2.1. Les avantages fiscaux et parafiscaux.....	46
1.2.1.1. La taxe sur l'activité professionnelle (TAP)	46

Tables des matières

1.2.1.2. La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) sur les opérations de vente à l'exportation	47
1.2.1.3. L'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS).....	47
1.2.2. Les organismes de soutien aux exportations hors hydrocarbures.....	47
1.2.2.1.Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE) :	47
1.2.2.2. Le fonds national de régulation et développement agricole (FNRDA).....	48
1.2.2.3.L'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX)	48
1.2.2.4.La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des exportations	
1.2.2.5.La Chambre algérienne de commerce et d'industrie (CACI)	49
1.2.2.6.L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL).....	50
1.2.2.7. La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX)	50
1.2.2.8. Le programme <i>OPTEMEXPORT</i>	51
1.2.3. Les mesures institutionnelles et douanières	51
1.2.3.1. Les facilitations institutionnelles à l'export	51
1.2.3.2. Les facilitations douanières à l'exportation.....	53
Section 02 : Présentation du commerce extérieur en Algérie.	55
2.1. Les importations	55
2.1.1. L'évolution des importations	56
2.1.2. La structure des importations par le groupe de produit	57
2.2. Les exportations	59
2.2.2. La structure des exportations par groupe d'utilisation	62
2.3. La structure des échanges	65
2.3.1. La Balance commerciale	65
2.4. Les principaux partenaires de l'Algérie	66
2.4.1. Les principaux clients	66
2.4.2. Les principaux fournisseurs	67
Section 03 : Les objectifs et les contraintes liées à l'exportation	69
3.1. Les objectifs d'exportation	69
3.1.1. Pour l'entreprise	69
3.1.2. Pour l'économie nationale.	70
3.2.Les contraintes liées à l'exportation hors hydrocarbure	70
3.2.1. Sur le plan économique	70

Tables des matières

3.2.2. Les défaillances au niveau logistique	71
Conclusion	71
Chapitre III: Présentation d'une opération d'exportation hors hydrocarbure au niveau l'aéroport 'HOUARI BOUMEDIENE' Fret	72
Section 01 : La présentation de l'organisme d'accueil.....	72
1.1.L'organigramme de l'IDD de l'AHB.....	73
1.1.1. Le rôle du bureau EAG.....	74
1.1.2. Le rôle du BAT	74
1.1.3. Le rôle du service IPS	74
1.1.4. Le rôle du service IPCOC	75
1.1.5. Le bureau CX:..	79
Section 02 : La démarche méthodologique d'une opération d'exportation.....	79
2.1.Diagnostic export.....	79
A. Le diagnostic externe	80
2.1.1. Diagnostic interne	80
2.1.1.1. L'entreprise	80
2.1.1.2. Les objectifs d'exportation	80
2.1.1.3. Le produit	80
2.1.1.4. Les prix.....	80
A. Stratégie de prix élevé	82:
B. Stratégie de bas prix	82:
2.1.1.5. La communication	82
2.1.1.6. La distribution.....	82
2.1.1.7. L'expérience	83.
2.1.1.8. La recherche et Développement	83
2.1.2. Le diagnostique externe	83
2.2.Négociation d'un contrat a l'international	86
2.2.1. Techniques de paiement utilisé	87
2.2.2. Choix du mode de distribution	87
2.2.3. Préparation de l'expédition	87
2.2.4. Choix du transitaire	88
2.2.5. Le passage en douane	88
2.2.6. L'embarquement :.....	89
Section 03 : Le traitement des résultats de l'exercice.....	92
3.1.Le diagnostique Export.	92

Tables des matières

3.1.1. Le diagnostiqueinterne:	92
3.1.2. Le diagnostique externe :	93
3.2. Négociation d'un contrat a l'international.....	93
3.2.1. Techniques de paiement utilisé.....	93
3.2.2. Le moyen de transport utilisé.	94
3.3. Préparation de l'expédition.	94
3.4. Le choix du transitaire.....	94
3.5. Le passage en douane.	94
3.6. L'embarquement	95
3.6.1. Le pesage :	95
3.6.2. Le scanner	95
3.6.3. L'accord d'embarquement :.....	95
3.6.4. Le chargement :	95
Conclusion	96

Bibliographie

Annexes

Table des matières