



UNIVERSITE MOULOUD MAMMERRI DE TIZI-OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES COMMERCIALES



Mémoire

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciale

Option : Finance et Commerce International

Thème

Évolution des exportations hors hydrocarbures algériennes,
cas des produits agricoles (2006-2023)

Réalisé par :

Mr. Ould Kaci Mohamed Yanis

M^{lle} Mouazer Hanane

Encadré par :

Mr. AKKOUL Jugurta

Devant les membres du jury :

DJELLOUT Fatima, Maitre Assistante Classe A, Présidente, UMMTO.

MOUSSAOUI Abdelhakim, Maitre de Conférences Classe A, Examineur, UMMTO.

AKKOUL Jugurta, Maitre de Conférences Classe A, Rapporteur, UMMTO.

Promotion 2024/2025

Soutenu le : 03/07/2025

Remerciements

Au terme de ce travail nous remercions, le bon Dieu de nous avoir donné la santé, la force et la volonté pour l'élaboration de ce travail dans les bonnes conditions

*Nos remerciements les plus vifs s'adressent tout particulièrement à notre promoteur Mr, **akkoul jugurta** pour avoir accepté de diriger notre travail et pour ses encouragements, sa compétence et sa disponibilité et aussi ses précieux conseils tout au long de ce travail.*

Nos remerciements sont ensuite adressés aux membres de jury qui ont accepté de lire et d'évaluer notre travail

Nous remercions, également, l'ensemble des enseignants qui ont assuré notre formation tout au long de notre cursus universitaire

En fin, nous remercions toute personne ayant contribué de près ou de loin à la réalisation de notre travail

Dédicace

J'ai l'honneur de dédier ce modeste travail :

À mes parents, pour leur amour, leur soutien inconditionnel, leurs sacrifices et la confiance qu'ils m'ont toujours accordée.

À mes frères et mes sœurs, pour leur présence constante et leurs encouragements.

À toute ma famille, pour leur affection et leur soutien moral.

À mes amis et camarades de classe de la spécialité Finance et Commerce International, avec qui j'ai partagé des moments précieux tout au long de ce parcours.

Sans oublier tous les enseignants de la Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et des Sciences de Gestion, pour la qualité de leur enseignement et leur accompagnement tout au long de ma formation.

OULD KACI Mohamed Yanis

Dédicace

Je dédie ce mémoire

A la mémoire de mon père. Il n'y a pas de mots pour exprimer le vide que ton absence a laissé. J'aurais tant voulu que tu sois là pour partager ce moment. Que ce travail soit une pensée douce et une prière pour ton âme.

A ma chère maman. La force de ma vie, la lumière de mes jours. Pour ton amour infini, tes sacrifices silencieux, et tout ce que tu as donné pour nous offrir un avenir. Que Dieu te protège et te récompense pour tout.

A ma sœur, Merci d'être là, toujours, avec ton soutien, ta tendresse et ta force.

A toutes ma famille maternelle et paternelle.

A tous mes amis et mes proches, et à tous ceux que j'aime et ceux qui m'aiment.

A tous les enseignants, a ceux et celles qui ont su nous transmettre le savoir avec passion, cette dédicace vous est aussi destiné avec respect.

MOUAZER Hanane

Liste de tableaux

Tableau 1: Les quatre groupes d'incoterms.....	10
Tableau 2: L'évolution du commerce extérieur en Algérie durant la période (2006-2023).....	45
Tableau 3:L'évolution des exportations algériennes pour la période 2015/2023	49
Tableau 4:Principaux produits hors hydrocarbures exportés durant la période 2015/2023	51
Tableau 5:Les principaux clients de l'Algérie 2015/2020.....	53
Tableau 6:Les principaux clients de l'Algérie 2021/2023.....	54
Tableau 7:Les exportations algérienne par zone géographique 2015/2022.....	56
Tableau 8:Les exportations algériennes par zone géographique 2015/2023	56
Tableau 9:L'évolution des exportations agricoles durant la période 2006/2017.....	58
Tableau 10:L'évolution des exportations algérienne de dattes 2015/2023	65
Tableau 11:Les vingt principaux pays producteurs de pomme de terre en 2021	67
Tableau 12:Les principales variétés de pomme de terre cultivées en Algérie.....	70

Liste des figures

Figure 1: Le cycle de vie d'un produit	19
Figure 2: L'évolution du commerce extérieur pour la période 2006/2023 en millions de dollars	46
Figure 3: Les dix premiers exportateurs des pays d'Afrique en 2022	47
Figure 4: La valeur des exportations HHC pour la période 2015/2023	50
Figure 5: Les principaux produits HHC exportés par l'Algérie (Millions USD)	51
Figure 6: Les principaux produits hors hydrocarbures exportés par l'Algérie en 2023	52
Figure 7: Les principaux clients de l'Algérie en 2023	55
Figure 8: Répartition des exportations algériennes par zone géographique	57
Figure 9: Principaux pays importateurs des produits agricoles algériens	61
Figure 10: La production des dattes algériennes (2015-2023)	62
Figure 11: La production des dattes algériennes par type (2016-2017)	63
Figure 12: Les dix principaux pays exportateurs de dattes en 2023	64
Figure 13: Les pays importateurs de dattes algériennes	65
Figure 14: Les prix unitaire à l'export de dattes algériennes	66
Figure 15: L'évolution de la production de pomme de terre en Algérie durant la période 2015/2023	69
Figure 16: L'évolution des exportations de pomme de terre algérienne durant la période 2011/2020	71

Liste des abréviations

ALGEX : Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur

ANEXAL : Association Nationale des Exportations Algérienne

BA : Banque d'Algérie

BADR : Banque d'Algérie et du Développement Rural **BEA** : Banque Extérieure d'Algérie

BDL : Banque de Développement Local **BNA** : Banque Nationale d'Algérie

BEA : Banque Extérieur d'Algérie

BNA : Banque National d'Algérie

CAAR : Compagnie d'Algérie d'Assurance et de Réassurance

CAAT : Compagnie Algérienne des Assurances

CACI : Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie

CACQE : Le Centre Algérien de Contrôle de Qualité et de l'emballage

CAGEX : Compagnie Algérienne d'assurance et Garantie des Exportations

CCI : Centre de Commerce International

CFR : Cost and freight

CI : Commerce Internationale

CIF : Cost insurance and freight

CIP : Carriage insurance paid to

CNIS : Centre National de l'Information et des Statistiques

CPT : Carriage paid to

DA: Dinars Algérien

DAP : Delivred at Place

DDP : Delivred Duty Paid

DPU : Delivred at place unloaded

EXW: Ex works /A L'usine

FAS : Free alongside ship

FAO: Food and Agriculture Organisation of the United Nations

FCA : Free carrier

FMI : Fonds Monétaire International

FNDRA : Fonds National de Développement et de Régulation Agricole

FOB : Free a board

FSPE : Fonds Spéciale pour la Promotion des Exportations

HHC: Hors hydrocarbures

HC: hydrocarbure

HOS : Heckscher-Ohlin-Samuelson

GZALE : Grande Zone Arabe de Libre-échange

GATT : Accord Général sur les Tarifs Douaniers et le Commerce

INCOTERMS : International Commercial Terms

IDE : Investissement Direct Etranger

KG : kilogrammes

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique

SAFEX : Société Algérienne des Foires et des Exportations

TIC : Technologies de l'Information et de la Communication

TVA : Taxe sur Valeur Ajouté

UE : Union Européen

UMA : Union du Maghreb Arabe

USA: United States of America

USD: United States Dollar

ZLE : Zone de Libre Echange

ZLECAF : La Zone de Libre-échange continentale Africaine

SOMMAIRE

Introduction générale	1
Chapitre I : présentation du commerce international	4
Introduction	4
Section 01 : conceptualisation du commerce international.....	4
Section 02 : les différentes théories du commerce international.	12
Conclusion	21
Chapitre II : organisation des opérations d'exportations en Algérie.....	22
Introduction	22
Section 01 : Les dispositifs d'aide, de facilitation et le soutien des exportations hors hydrocarbures.....	22
Section 02 : Les accords commerciaux et les différentes contraintes liées à l'exportation.....	31
Conclusion	42
Chapitre III : Etude des exportations hors hydrocarbures en Algérie.....	43
Introduction	43
Section 01 : dynamique générale des exportations hors hydrocarbures.....	44
Section 02 : les exportations des produits agricoles.....	56
Conclusion	71
Conclusion générale	72

INTRODUCTION GENERALE

Introduction générale

Le commerce mondial a connu des changements importants au cours des deux dernières décennies, notamment dans le contexte de la mondialisation, qui a encouragé la libre circulation des facteurs de production entre les pays, tels que la main-d'œuvre, le capital et les nouvelles technologies.

On peut noter à cet égard que, selon les statistiques de l'Organisation mondiale du commerce, le volume du commerce international représente environ 25 % du PIB mondial, c'est-à-dire un quart de la production mondiale échangée au-delà des frontières nationales.¹

Grâce à son vaste potentiel en hydrocarbures, l'Algérie est un pays riche en ressources naturelles. Le pétrole et le gaz naturel sont deux piliers essentiels de l'économie algérienne, constituant une source majeure de recettes publiques et ayant un impact significatif sur le commerce international. Cette dépendance aux hydrocarbures a façonné le commerce extérieur du pays, impactant ses relations économiques et ses politiques commerciales.

Le développement des activités hors hydrocarbures est une priorité essentielle pour assurer une croissance économique durable et réduire la vulnérabilité du pays aux chocs extérieurs. C'est pourquoi l'Algérie cherche actuellement à renforcer et à développer ses autres secteurs économiques².

Néanmoins, cette diversification ne peut être atteinte avec le système de production actuel. Il est donc nécessaire d'encourager et de renforcer le secteur hors hydrocarbures, qui englobe plusieurs domaines d'activités économiques tels que l'industrie, le tourisme, l'agriculture, les services, et l'artisanat.

Dans ce contexte, nous chercherons à travers ce travail à répondre à la problématique suivante :

Quelle est la place des exportations hors hydrocarbures, en particulier des produits agricoles, dans le commerce extérieur durant la période 2006-2023 ??

¹ TOULAIT Chahrazed, KIHHEL Fatiha, « La logistique et le transport dans le commerce extérieur », Mémoire de fin d'étude en vue d'obtention du diplôme de Master en sciences commercial, UMMTO 2023/2024, p 1.

² Ghezlaoui Mellissia, Djouabi Samir, « Le financement du commerce international par le crédit documentaire, Cas : agence BEA 098 », Mémoire de fin de cycle En vue de l'obtention du diplôme de mater en finance et comptabilité, UMMTO, 2023, p 1.

INTRODUCTION GENERALE

Ainsi, un certain nombre de questions secondaires méritent d'être posés

- Quels sont les dispositifs de soutien mis en place pour aider les exportateurs algériens, et sont-ils efficace ?
- Comment sont évaluées les exportations algériennes de produits agricoles au cours de dernières années ? quels sont les produits les plus exportés à l'international ?

Choix du sujet

Nous avons choisi ce thème pour plusieurs raisons motivantes. D'abord, ce sujet est lié à notre spécialité. De plus, c'est un sujet d'actualité qui a suscité de nombreux changements et défis dans le domaine du commerce.

Objectif du travail :

- L'objectif principal de ce mémoire : est d'analyser l'évolution des exportations algériennes hors hydrocarbures, en mettant en évidence les progrès réalisés, les difficultés rencontrées et les efforts de diversification engagés par l'Algérie.
- Autres objectifs :
 - Objectif théorique : présenter les principales théories du commerce international et expliquer leur lien avec les exportations.
 - Objectif empirique : étudier l'évolution des exportations algériennes hors hydrocarbures durant les dernières années à l'aide de données chiffrées.

Méthodologie de recherche :

Pour pouvoir traiter les questions posées, nous avons suivies une démarche méthodologique qui consiste :

En premier lieu nous avons effectué une revue de la littérature, basée sur une recherche documentaire s'appuyant sur des ouvrages, thèses, mémoires et sites internet qui ont une relation avec notre thème.

En second lieu, une étude empirique basée sur une démarche descriptive et analytique, et où nous avons eu recours à la collecte des données auprès des organismes publics (ministère du commerce, les données de douane, Fao). Ces données ont été triées, organisées et analysées à l'aide d'un tri à plat.

INTRODUCTION GENERALE

Pour mener à bien notre travail, nous avons jugé utile de le diviser en trois chapitres, présentés comme suit :

- **Le premier chapitre :** intitulé « les fondamentaux théoriques et évolution du commerce international », afin d'expliquer ce qu'est le commerce international et de présenter les principales théories. Ce chapitre est composé de deux parties : La première section porte sur la définition et l'importance du commerce international. La deuxième ; présente les différentes théories du commerce international.
- **Le deuxième chapitre :** consacré aux «organisation des opérations d'exportation en Algérie». Son objectif est de montrer les efforts faits par l'Algérie pour encourager les exportations hors hydrocarbures, ainsi que les obstacles rencontrés. Il comprend deux sections : La première traite les dispositifs d'aide, de facilitation et de soutien aux exportations hors hydrocarbures en Algérie. La deuxième parle sur les accords commerciaux signés par l'Algérie et des différentes contraintes liées à l'exportation.
- **Le troisième chapitre :** c'est une étude descriptive et analytique des exportations hors hydrocarbures en Algérie. Il vise à analyser l'évolution réelle de ces exportations à l'aide de données. Ce chapitre comprend deux sections : la première présente la dynamique générale des exportations hors hydrocarbures algériennes. La deuxième s'intéresse aux exportations des produits agricoles.

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

Introduction

Le commerce international est l'échange de capitaux, de biens et de services à travers les frontières ou territoires internationaux en raison du besoin ou de la pénurie de biens ou de services.

Le commerce entre les pays existe depuis très longtemps. Cela a commencé avec des échanges entre civilisations anciennes et s'est développé au fil du temps. Aujourd'hui, il joue un rôle très important dans l'économie mondiale

Ce chapitre vise à expliquer ce qu'est le commerce international et de présenter ces principales théories. Il comprend deux sections, la première section portera d'abord sur la conceptualisation du commerce international, la deuxième section vas s'étaler sur ses différentes théories.

Section 01 : conceptualisation du commerce international

Le commerce international occupe une place centrale dans l'économie mondiale actuelle. Cette section présente les bases nécessaires pour mieux comprendre son fonctionnement et son importance.

1- Définition du commerce international

Le commerce international désigne l'ensemble des échanges de biens, de services et de capitaux entre au moins deux pays. Il englobe toutes les activités commerciales qui se déroulent à l'échelle mondiale, incluant la production, la commercialisation, l'exportation et l'importation.³

Il renvoie également à l'organisation des échanges entre plusieurs espaces économiques, prenant en compte les modes de règlement des transactions, les mesures douanières ainsi que la gestion des risques de change. Ainsi, le commerce international joue un rôle essentiel dans la structuration des échanges économiques mondiaux et l'intégration des marchés.⁴

³ <https://www.icd-ecoles.com/definition-du-commerce-international>. Consulté le 06 mars 2025 à 12:07

⁴ <https://www.icd-ecoles.com/definition-du-commerce-international> consulté le 06 mars 2025 à 12 :17

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

1-1- Les importations

Le terme « Importer » consiste à faire entrer dans un pays des biens ou des services en provenance de l'étranger, les intégrant ainsi dans le cycle économique national.⁵

Les importations regroupent l'ensemble des opérations par lesquelles des non-résidents fournissent des biens et des services à des résidents. Ces opérations peuvent prendre différentes formes, notamment l'achat, le troc ou encore les dons.⁶

1-2- Les exportations

Le terme « exporter » désigne l'action de vendre des biens et services nationaux à des acheteurs étrangers, contribuant ainsi au commerce international.⁷

Les exportations englobent l'ensemble des opérations par lesquelles des résidents fournissent des biens et des services à des non-résidents. Ces opérations peuvent prendre différentes formes, notamment la vente, le troc ou les dons⁸.

1-3- la balance commerciale

La balance commerciale est un indicateur qui établit la différence entre la valeur des biens exportés et celle des biens importés. Cette différence constitue un solde. On parle également de solde commerciale

La balance commerciale est qualifiée d'excédentaire lorsque la valeur des exportations est supérieure à la valeur des importations. Dans le cas contraire, elle est dite déficitaire. Les valeurs prises en compte sont les biens manufacturés, les produits agricoles, le tourisme, les voyages, les matières premières...⁹

⁵ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/importer/41946>. Consulté le 06 mars 2025 à 12 : 30

⁶ <https://www.insee.fr/> consulté le 06 mars 2025 à 12 :50

⁷ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/importer/41946>. Consulté le 06 mars 2025 à 13 : 10

⁸ <https://www.insee.fr/> consulté le 06 mars 2025 à 13 : 20

⁹ <https://www.eurofiscalis.com/lexiques/balance-commerciale/> consulté le 08 mars 2025 à 11 : 35

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

2- Histoire du commerce international :

L'histoire du commerce international remonte à l'Antiquité, où les échanges commerciaux se développaient principalement par voie maritime, reliant les ports méditerranéens et favorisant les interactions économiques entre les différentes civilisations.

Puis, au Moyen Âge et à la Renaissance, des cités-États comme Gênes, Amalfi et Venise se sont imposées comme de grandes puissances commerciales, tirant leur prospérité de leurs réseaux commerciaux et de leur maîtrise des routes maritimes. Cependant, leur déclin a souvent coïncidé avec une diminution de leur activité commerciale, illustrant l'importance du commerce dans la croissance et la stabilité des nations.

À partir du XV^e siècle, les grandes découvertes ont conduit à une intensification des échanges entre les métropoles européennes et leurs colonies, établissant un commerce transcontinental structuré autour de l'exploitation des ressources et de la circulation des biens manufacturés. Malgré le manque de données statistiques précises avant la révolution industrielle, il est évident que cette période a marqué une première étape dans la mondialisation économique.

Le XIX^e siècle a été une période charnière, caractérisée par une expansion rapide du commerce mondial accompagnée de flux migratoires sans précédent, avec environ 50 millions de personnes quittant l'Europe pour s'installer dans des pays à climat tempéré comme le Canada, l'Argentine, le Chili, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et l'Afrique du Sud, tandis qu'un nombre équivalent d'Indiens et de Chinois migrait vers les régions tropicales pour travailler dans les plantations, les mines et les grands projets d'infrastructure. L'industrialisation a profondément transformé les échanges internationaux en favorisant une production à grande échelle et en augmentant la demande en matières premières, conduisant à une interdépendance accrue entre les nations.

Au XX^e siècle, le commerce international a atteint un niveau sans précédent avec l'essor de la globalisation, facilitée par la baisse des barrières tarifaires, la libéralisation des marchés et la multiplication des accords commerciaux. Cette intégration économique a également entraîné des tensions et des conflits commerciaux, notamment entre grandes puissances comme l'Union Européenne, les États-Unis et le Japon. De plus, le développement des investissements directs à l'étranger (IDE) a renforcé l'internationalisation des entreprises,

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

favorisant l'émergence de multinationales dont l'expansion suscite des débats sur les délocalisations, la concurrence salariale et les impacts environnementaux.

La mondialisation du commerce a soulevé des questions sur la régulation des flux migratoires, les effets des politiques commerciales et les stratégies d'intégration régionale à travers la création de zones de libre-échange et d'unions douanières. Ainsi, le commerce international, qui a toujours été un moteur de développement, continue d'évoluer, soulevant des défis complexes liés à la redistribution des richesses, à la gouvernance économique mondiale et aux politiques de protection sociale et environnementale.¹⁰

Le commerce mondial des marchandises s'est fortement redressé en 2021, après le ralentissement brutal provoqué par la pandémie de COVID-19 en 2020. Cette année-là, le volume des échanges a progressé de 9,4 %, tandis que le PIB mondial, aux taux de change du marché, a augmenté de 5,9 %. En 2022, malgré les perturbations liées à la guerre entre la Russie et l'Ukraine, le commerce est resté relativement résilient, avec une croissance moyenne de 4,2 % sur les trois premiers trimestres, avant une baisse de 2,4 % au quatrième trimestre, ramenant la croissance annuelle à 2,7 %.

Pour 2023, l'OMC a révisé à la hausse ses prévisions, anticipant une croissance du commerce mondial de 1,7 %, contre 1,0 % précédemment, et une progression du PIB réel de 2,4 %. En 2024, une reprise plus marquée est attendue, avec une croissance de 3,2 % du commerce mondial et de 2,6 % du PIB. Toutefois, ces perspectives restent fragiles face à de nombreux risques : tensions géopolitiques, insécurité alimentaire, politiques monétaires restrictives, instabilité financière et niveaux élevés d'endettement.¹¹

Les incoterms

Dans le commerce international, il est important d'éviter les confusions entre vendeurs et acheteurs. C'est pourquoi on utilise les Incoterms pour bien organiser les échanges.

¹⁰ Jaime de Melo – Jean-Marie Grether, (1997), «commerce international théories et applications » éditions De Boeck. P 05.

¹¹ OMC, « Perspectives du commerce mondial et statistique »

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

2-1- Définition des incoterms

Les incoterms sont l'abréviation de l'expression anglaise « International Commercial Terms ». Il s'agit de clauses standardisées, reconnues par tous les acteurs du commerce international, qui permettent de répartir clairement les coûts et les risques entre l'acheteur et le vendeur lors de la conclusion et de la réalisation d'un contrat de vente à l'international.

Les incoterms ont été élaborés par la Chambre de Commerce Internationale (CCI) afin d'éviter toute ambiguïté concernant la répartition, entre acheteur et vendeur, des frais et des risques liés à l'acheminement des marchandises¹².

2-2- Les types d'incoterms

Il existe deux grandes catégories d'incoterms, telles que :

3-2-1- Les Incoterms Standards

Ils expliquent clairement qui paie et qui s'occupe de quoi lors d'un achat international.

3-2-1-1- EXW (À l'usine)

La marchandise est disponible dans les locaux du vendeur à une date précise. L'acheteur organise et finance le transport. Il en assume également les risques jusqu'à la destination finale. Les formalités et frais liés à l'exportation et à l'importation, ainsi que les droits et taxes correspondants, sont aussi à la charge de l'acheteur.

3-2-1-2- FCA (Franco transporteur)

Le vendeur remet la marchandise au transporteur désigné et payé par l'acheteur. Le transfert des risques s'opère à ce moment-là. Les formalités et frais d'exportation, ainsi que les droits et taxes associés, sont pris en charge par le vendeur. L'acheteur assure ensuite le transport jusqu'à sa destination, effectue les formalités d'importation et règle les droits et taxes applicables.

¹²Désiré Loth « L'essentiel des techniques du commerce international » édition « publibook », 2009 page 14

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

3-2-1-3- CPT (Port payé jusqu'à)

Le vendeur couvre les frais de transport jusqu'au port de destination. Toutefois, le transfert des risques intervient dès la remise de la marchandise au premier transporteur. L'assurance du transport reste à la charge de l'acheteur.

3-2-1-4- CIP (Port payé, assurance comprise, jusqu'à)

Identique au CPT, à la différence que le vendeur doit souscrire une assurance protégeant l'acheteur contre les risques de perte ou de dommage durant le transport.

3-2-1-5- DAP (Rendu au lieu de destination)

Le vendeur prend en charge les coûts et les risques du transport jusqu'à l'adresse convenue. Une fois la marchandise arrivée à destination et prête pour le déchargement, le risque est transféré à l'acheteur.

3-2-1-6- DPU (Rendu au lieu de destination déchargé)

Le vendeur supporte les coûts et risques liés à la livraison de la marchandise jusqu'au lieu convenu, incluant le déchargement. Il s'occupe aussi des formalités douanières à l'export. L'acheteur gère le dédouanement à l'import et s'acquitte des droits et taxes correspondants.

3-2-1-7- DDP (Rendu droits acquittés)

Le vendeur livre la marchandise au lieu de destination fixé, prête à être déchargée. Il prend en charge toutes les formalités douanières, à l'exportation comme à l'importation, ainsi que le paiement des droits et taxes afférents.

3-2-2- Les Incoterms pour le Fret Maritime et la Navigation Intérieure

Ils sont utilisés surtout pour le transport maritime et indiquent à quel moment le risque passe du vendeur à l'acheteur.

3-2-2-1- FAS (Franco le long du navire)

Le vendeur prend en charge les frais de transport jusqu'au port d'embarquement, réalise les formalités d'exportation et s'acquitte des frais, droits et taxes associés. L'acheteur supporte les coûts de chargement, le transport maritime, ainsi que les frais de déchargement et de transport du port de destination jusqu'à ses installations.

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

3-2-2-2- FOB (Franco à bord)

La marchandise est livrée à bord du navire désigné par l'acheteur. Le vendeur prend en charge les frais de transport jusqu'au port d'embarquement, y compris les coûts de chargement. Il effectue également les formalités d'exportation et s'acquitte des frais, droits et taxes correspondants.

3-2-2-3- CFR (Coût et fret)

Le transfert des risques s'effectue lorsque la marchandise est chargée à bord du navire au port d'embarquement. Le vendeur prend en charge les frais de transport jusqu'au port de destination, les frais de chargement, ainsi que les formalités d'exportation et les taxes associées. L'acheteur assume les coûts à partir de l'arrivée des marchandises au port de destination, effectue les formalités d'importation et règle les droits et taxes applicables.

3-2-2-4- CIF (Coût, assurance et fret)

Comme pour le CFR, le transfert des risques s'effectue lorsque la marchandise est chargée à bord du navire au port d'embarquement. Toutefois, le vendeur doit également souscrire une assurance couvrant le transport jusqu'au port de destination. Il prend en charge les frais de transport, de chargement et d'assurance, ainsi que les formalités d'exportation et les taxes associées. L'acheteur assume les coûts à partir de l'arrivée des marchandises au port de destination, effectue les formalités d'importation et règle les droits et taxes applicables.¹³

Tableau 1: Les quatre groupes d'incoterms

Groupe E		Incoterm d'obligation minimum pour le vendeur	EXW
Groupe F	Free ou franco	Le vendeur n'assume ni les risques, ni les coûts du transport principal.	FCA, FAS, FOB

¹³ <https://www.sendcloud.fr/incoterms/#différents-incoterms> consulté le 15 mars 2025 à 10 :25

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

Groupe C	Cost or carriage, Coût ou port	Le vendeur assume les coûts du transport principal, mais pas les risques du transport principal	CFR, CIF, CPT, CIP
Groupe D	Delivered ou rendu	Le vendeur assume les coûts et les risques du transport principal.	DAF, DES, DEQ, DDU, DDP

Source : Désiré Loth « L'essentiel des techniques du commerce international » édition « publibook » ,2009 page 16

3- Le financement du commerce international

Lors d'une opération d'achat ou de vente à l'international il est utile d'utiliser plusieurs moyens pour régler les transactions effectuées à travers différents instruments et techniques de paiement.

3-1- Les moyens de financement

C'est l'instrument utilisé pour le règlement à l'international, il existe plusieurs techniques de paiement à l'international.

4-1-1- Le chèque

Le chèque est moyen de paiement par l'intermédiaire d'une banque ou d'un établissement financier. Le tireur donne l'ordre à un banquier, de payer une somme d'argent au bénéficiaire.

4-1-2- La lettre de change

Est un effet de commerce transmissible, par lequel l'exportateur (tireur) donne ordre à l'importateur (tiré) à son représentant (le banquier) de payer à vue ou à une date déterminée une certaine somme à lui-même ou à un tiers (bénéficiaire).

4-1-3- L'encaissement simple

L'encaissement simple est une technique de paiement qui consiste à faire encaisser par la banque du vendeur des documents financier (une traite dans la majorité des cas).

4-1-4- Le virement bancaire international

Le virement international (bank transfer) est un ordre donné par un importateur à son banquier de débiter son compte d'une certaine somme pour créditer celui de l'exportateur. C'est le

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

transfert d'un autre, opéré par une banque sur l'ordre de l'importateur (débitur) au profit de l'exportateur (créancier), l'ordre peut-être en monnaie nationale ou en devises étrangères

Il existe plusieurs types de virement dont le virement SWIFT, c'est virement international interbancaire utilisant un message électronique normalisé véhiculé par le réseau sécurisé de la Society For Worldwide Interbank Financial Télécommunication¹⁴.

4-1-5- Le billet à ordre

Peut-être définit comme étant un écrit par lequel une personne, le souscripteur, s'engage à payer à une autre personne, le bénéficiaire, ou à l'ordre de celui-ci, une certaine somme à une époque déterminée¹⁵. Est également un écrit mais il est émis par l'acheteur appelé (souscripteur) au profit du vendeur (bénéficiaire). Hormis cette différence essentielle, ce dernier présente les mêmes caractéristiques que la lettre de change.

4-1-6- Le crédit documentaire

Le crédit documentaire est: L'engagement pris par une banque « banque émettrice », avant même le début d'exécution du contrat, à la demande et pour le compte de son client (l'acheteur étranger « donneur d'ordre ») de régler au vendeur exportateur « bénéficiaire », à échéance, par l'intermédiaire de sa correspondant, généralement située dans le pays du vendeur « banque notificatrice », un montant déterminée jusqu'à une date prédéfinie contre la remise des document conforme énumérés dans la demande d'ouverture de crédit documentaire remplie par l'acheteur étranger

4-1-7- La remise documentaire

La remise documentaire c'est l'opération par laquelle une banque « remettante » sur instructions de son client (vendeur) se charge d'encaisser le montant des documents, transmis à l'acheteur (importateur) par l'intermédiaire d'une banque « chargée de l'encaissement »¹⁶

¹⁴ Exporter, pratique du commerce international 25em édition, Paris 2016

¹⁵BOUAZIZ Kenza « Etude de l'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie : cas de l'entreprise portuaire d'Alger (l'EPAL) » Mémoire de Master en Sciences Commerciales option : Finance et commerce international. Promotion, UMMTO, 2022/2023, p8

¹⁶ BOUAZIZ Kenza « Etude de l'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie : cas de l'entreprise portuaire d'Alger (l'EPAL) » Mémoire de Master en Sciences Commerciales option : Finance et commerce international, UMMTO, Promotion 2022/2023. P 8.

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

En conclusion, cette section a expliqué les bases du commerce international comme les importations, les exportations, les Incoterms et les moyens de financement. Elle aide à mieux comprendre les échanges entre pays.

Section 02 : les différentes théories du commerce international

Dans cette section, nous allons aborder les différentes théories du commerce international afin de mieux comprendre les fondements des échanges entre les nations, ainsi que les avantages et les limites que chaque théorie propose.

1- Les théories traditionnelles :

1-1- Le mercantilisme

Durant les XVIIe et XVIIIe siècles, marchands, banquiers, gouverneurs et philosophes ont défendu une philosophie économique appelée mercantilisme. Ils considéraient qu'une nation devenait riche et puissante si elle exportait plus qu'elle n'importait. Le surplus d'exportation entraînait une accumulation de métaux précieux, principalement d'or et d'argent. Plus une nation possédait ces richesses, plus elle était jugée puissante. Le gouvernement devait donc stimuler les exportations et restreindre les importations, surtout les produits de luxe. Comme le stock d'or et d'argent était limité, une nation ne pouvait s'enrichir qu'aux dépens des autres, ce qui renforçait un nationalisme économique. Les mercantilistes mesuraient la richesse des nations par le stock de métal précieux en leur possession.

Par contre, nous mesurons aujourd'hui la richesse des nations par leur stock de ressources humaines, matérielles et naturelles disponibles pour produire des biens et services. Plus ces ressources sont grandes, plus le niveau de vie est élevé. Les mercantilistes écrivaient pour les souverains cherchant à renforcer leur puissance nationale. Avec plus d'or, les rois pouvaient financer de grandes armées et flottes, conquérir davantage de colonies et asseoir leur autorité. L'or permettait aussi d'augmenter la monnaie en circulation, favorisant la prospérité des affaires et stimulant la production et l'emploi nationaux.¹⁷

¹⁷ Dominick salvador, (2008), « Économie internationale », édition De Boeck Supérieur, p48.

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

2- Théories classiques :

La théorie classique explique que les pays doivent échanger entre eux pour profiter de ce qu'ils savent faire le mieux. Ces théories se divisent en trois idées principales :

2-1- L'avantage absolu

Selon Adam Smith, le commerce entre deux nations repose sur l'avantage absolu. Lorsqu'une nation est plus efficace qu'une autre dans la production d'un bien mais moins efficace dans la production d'un autre, les deux nations peuvent en tirer profit en se spécialisant chacune dans la production du bien où elles ont un avantage absolu et en échangeant une partie de leur production contre celui où elles ont un désavantage. Ainsi, les ressources sont utilisées de manière optimale et la production totale des deux biens augmente, ce qui représente un gain de spécialisation partagé entre les deux nations¹⁸.

2-2- Avantage comparatif

En économie, l'avantage comparatif constitue le concept principal de la théorie classique du commerce international. C'est une théorie qui défend l'intérêt pour un pays de se spécialiser dans la production d'un produit ou service dans lequel il détient le meilleur avantage par rapport à la concurrence. La théorie de l'avantage comparatif a été introduite en 1817 par David Ricardo dans son ouvrage « Principes de l'économie politique et de l'impôt » pour expliquer pourquoi les pays commercent même lorsque les travailleurs d'un pays sont plus efficaces dans la production de tous les biens que ceux d'autres pays.

La théorie économique de Ricardo indique qu'une grande partie du commerce international repose sur l'avantage comparatif plutôt que sur l'avantage absolu. Elle repose sur l'idée que tout système économique devrait permettre la libre circulation des biens et des services en supprimant les taxes douanières et tout élément empêchant la liquidité des échanges commerciaux, ce qui correspond à un système de libre-échange. Chaque pays doit alors se spécialiser dans la production du produit pour lequel sa productivité est la plus bénéfique ou la moins nuisible par rapport à celle de ses partenaires, selon le meilleur rapport entre temps de travail et quantité produite.

¹⁸ Dominick salvador, (2008), « Économie internationale », édition De Boeck Supérieur, p51.

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

Le cas de l'Angleterre et du Portugal illustre cette théorie. Au XIXe siècle, le Portugal produisait du vin et des draps avec une productivité plus élevée que l'Angleterre dans les deux biens, ce qui lui donnait un avantage absolu. Cependant, l'écart de productivité était plus marqué pour le vin (40 personnes de moins nécessaires au Portugal), ce qui faisait du Portugal le spécialiste du vin. L'Angleterre, malgré une productivité inférieure, se spécialisait dans les draps, pour lesquels l'écart était moindre (10 personnes de différence). Chaque pays tire profit de sa spécialisation selon son avantage comparatif.¹⁹

3- Les théories néo-classiques :

La théorie néoclassique repose sur l'idée que les agents économiques sont rationnels et cherchent à maximiser leur utilité. Ces théories se divisent en cinq idées principales

3-1- La théorie d'Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS) :

Elle a été initialement introduite par Élie Heckscher et Bertil Ohlin, puis approfondie et enrichie par Paul Samuelson.

2-1-1- Le théorème d'E.Heckscher t B.OHLIN :

Le modèle HO (Heckscher, Ohlin,) a été introduit par les économistes suédois Eli Heckscher (1919) et Bertil Ohlin (1933). Il est connu sous plusieurs noms dont celui de «théorie des dotations factorielles». En fait, elle est probablement encore mieux connue sous le nom de théorie de Heckscher-Ohlin (HO).

L'objectif principal de ces économistes était d'expliquer la structure du commerce international en se basant sur les dotations factorielles des pays. Contrairement au modèle de Ricardo, il ne repose pas sur des différences technologiques entre pays mais sur des différences de ressources disponibles, telles que le climat.

Selon cette théorie, un pays possède un avantage comparatif dans la production de biens utilisant intensivement les facteurs de production dont il dispose en abondance. Par exemple, le Portugal serait avantagé dans la production de vin en raison de son climat méditerranéen.

¹⁹ <https://blog.hubspot.fr/marketing/avantage-comparatif>. Consulté le 19 mars 2025 à 13 : 29

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

Ainsi, les différences de dotations factorielles constituent la source principale des échanges internationaux.²⁰

2-1-2- La contribution de Paul Samuelson :

P. A. Samuelson a repris, approfondi et présenté une formulation mathématique de ces travaux. Les différentes nations tendent à exporter les produits intégrant une forte proportion du facteur de production qu'elles possèdent en abondance et à importer ceux nécessitant une quantité importante du facteur de production dont elles disposent peu. Selon cette analyse factorielle, les rémunérations des facteurs de production (et donc leurs coûts) tendent à s'harmoniser entre les pays participant au commerce international. En effet, les facteurs abondants (initialement moins coûteux) sont davantage sollicités pour la production destinée aux marchés intérieurs et extérieurs, ce qui réduit leur abondance relative et entraîne une hausse de leurs prix. À l'inverse, les facteurs rares (initialement plus onéreux) seront de moins en moins utilisés, car les biens qui en nécessitent une grande quantité seront importés, ce qui limitera leur demande et stabilisera leurs prix. Ainsi, la spécialisation internationale découle de la dotation factorielle et favorise une certaine convergence des économies.²¹

3-2- le paradoxe de Leontief

Wassily Leontief (1906-1999) est un économiste américain d'origine russe, dont la plus grande partie des travaux portent sur les relations interindustrielles entre les différentes branches de l'économie, qu'il représente sous la forme d'un tableau input/output. Ce tableau permet par exemple d'estimer la quantité input nécessaire à la production d'une unité d'un bien ou encore d'analyser l'intensité capitaliste des secteurs.

Le tableau input/output est largement utilisé dans les systèmes de comptabilité nationale. En reconnaissance de la qualité de ses travaux, Leontief reçoit le prix Nobel d'économie en 1973. Il a notamment publié *Essais d'économie* en 1974.

²⁰ Jaime de Melo – Jean-Marie Grether, (1997), «commerce international théories et applications » éditions De Boeck, p 190.

²¹ Philippe Deubel, Marc Montoussé, Serge d'Agostino, (2003), « Dictionnaire de sciences économiques et sociales », Edition : bréal, p 271

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

À partir de tableaux input/output de l'économie américaine, Leontief met en évidence, au début des années 1950, un paradoxe appelé « Le paradoxe de Leontief », est le constat a priori inattendu que le contenu en facteur travail des exportations américaines est plus élevé que ne le laissait supposer le niveau de l'accumulation du capital aux États Unis

Ce paradoxe semble résolu dès lors que la productivité du travail est prise en compte. Si, par exemple, la productivité d'un travailleur américain est trois fois supérieure à celle d'un travailleur d'un autre pays, la dotation en facteur travail des États-Unis est en réalité bien plus élevée qu'il n'y paraît.²²

3-3- Le modèle de Linder: la demande représentative

Le modèle de Linder a été développé en 1961 pour réfuter le théorème HOS. Il démontre que les pays se spécialisent dans la production des biens consommés par leur propre population. En effet, Linder explique que les entreprises produisent d'abord pour répondre à la demande intérieure, puis exportent les surplus, lorsque la demande intérieure est satisfaite. Il décrit aussi que les individus ont des préférences variées, ce qui justifie la diversification des produits. Les individus aisés privilégient des biens différents de ceux des populations plus faibles revenus. Par exemple, l'Allemagne se spécialise dans les voitures puissantes, tandis que la Corée du Sud produit des petites voitures adaptées à son niveau de richesse²³.

3-4- La théorie de l'écart technologique de Michael POSNER 1961

L'écart technologique désigne la différence entre les technologies de production disponibles dans deux économies. Ce concept, popularisé par Michael Posner en 1961 et repris dans un rapport de l'OCDE en 1969, explique la structure du commerce international entre pays aux technologies globalement similaires, mais disposant d'avantages dans certains secteurs. Il souligne que pendant une période, une entreprise innovante bénéficie d'un

²² Philippe Deubel, Marc Montoussé, Serge d'Agostino, (2008), « Dictionnaire de sciences économiques et sociales », Edition : bréal, p 211

²³ Jégou-Mellinger Véronique Économie, « Sociologie et Histoire du monde contemporain (ESH). Réussir sa 1re année ECE », Editions Ellipses, 2016 p125.

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

monopole sur un bien, générant des flux d'exportation tant que la concurrence n'a pas développé de produit similaire, créant ainsi un avantage temporaire.

Cette théorie met l'accent sur les entreprises et leurs stratégies plutôt que sur les dotations factorielles comme les théories classiques. Cependant, elle présente des limites : les déterminants des flux commerciaux ne sont pas stables dans le temps et n'expliquent qu'une partie des échanges internationaux. En effet, parallèlement au commerce de biens innovants, existe un commerce de biens standardisés mieux expliqué par les approches traditionnelles.²⁴

3-5- La théorie du cycle de vie d'un produit de Raymond VERNON 1966

La théorie du cycle de vie des produits a été formulée en 1966 par l'économiste américain Raymond Vernon, dont l'objectif initial était d'illustrer les évolutions de spécialisation auxquelles les différents pays sont confrontés au fil du temps. Pour cela, il s'appuie sur le principe de la théorie de l'avantage comparatif de David Ricardo, selon lequel tous les pays ne disposent pas des capacités technologiques requises pour la recherche et le développement de nouveaux produits. En d'autres termes, seuls les États dotés de ces compétences se lanceront dans la fabrication de produits innovants en exploitant les technologies appropriées. Ce modèle s'applique particulièrement bien à divers types de biens, comme la radio, la télévision, l'électronique, etc.

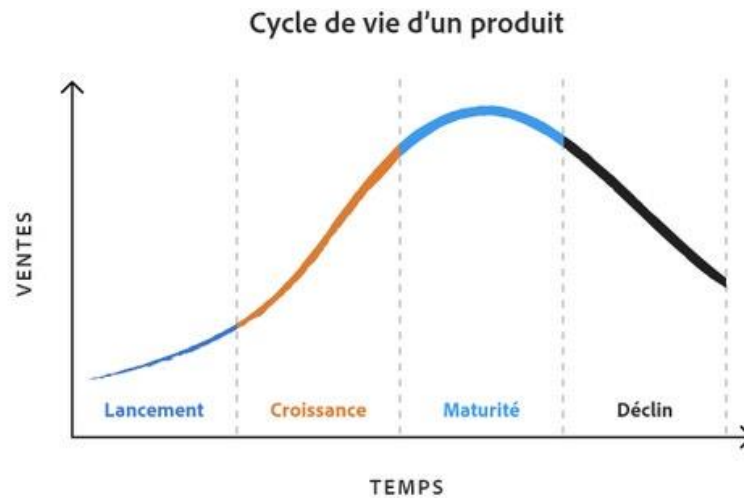
La théorie du cycle de vie d'un produit aide à mieux saisir les évolutions de spécialisation auxquelles les pays ayant choisi de se concentrer sur la production d'un ou plusieurs biens spécifiques devront s'adapter.²⁵

²⁴ <https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/537f170019716.pdf>. Consulté le 18 mars 2025 à 14 :05

²⁵ Collectif, (2018), « Devenez un as du marketing », Lemaître Editions, p 04

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

Figure 1: Le cycle de vie d'un produit



Source : <https://business.adobe.com/fr/blog/basics/product-life-cycle-stages-and-how-to-use-them#> consulté le 25 mars 2025 à 10 : 32

La figure N° 1 montre le cycle de vie d'un produit, c'est-à-dire les différentes étapes par lesquelles un produit passe depuis son lancement jusqu'à sa disparition du marché.

- **Lancement** : Le produit vient d'être mis sur le marché. Les ventes sont faibles, car peu de gens le connaissent.
- **Croissance** : Le produit devient populaire, les ventes augmentent rapidement. C'est une période de succès.
- **Maturité** : Le produit est bien connu, mais la croissance ralentit. Les ventes sont stables.
- **Déclin** : Le produit est moins demandé, les ventes baissent. Il peut être retiré du marché.

4- Les nouvelles théories du commerce international

Les nouvelles théories du commerce international expliquent les échanges entre pays de manière différente des anciennes. Elles se divisent en trois parties :

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

4-1- La théorie des rendements d'échelle croissants

Le rendement d'échelle permet d'évaluer la variation de la production en fonction de l'évolution des différents facteurs de production au sein de l'entreprise, comme des employés plus expérimentés qui optimisent leur savoir-faire pour être plus efficaces et productifs.²⁶

Le rendement, de manière générale, représente le lien entre la variation de la quantité produite (output) et celle des ressources mobilisées pour la production (input). On distingue les rendements factoriels des rendements d'échelle. Ces derniers traduisent la manière dont la quantité produite évolue lorsque tous les facteurs de production augmentent dans les mêmes proportions.²⁷

On distingue 3 cas : des rendements d'échelle croissants, constants ou décroissants

- Rendements d'échelle croissants : si l'output fait plus que doubler quand on multiplie par 2 les inputs, alors on a des rendements d'échelle croissants.
- Rendements d'échelle constants : si l'output double quand on multiplie par 2 les inputs, alors on a des rendements d'échelle constants.
- Rendements d'échelle décroissants : si l'output fait moins que doubler quand on multiplie par 2 les inputs, alors on est en présence de rendements d'échelle décroissants.²⁸

4-2- La théorie de différenciation des produits

La différenciation des produits est l'ensemble des procédures par lesquelles une entreprise modifie une ou plusieurs caractéristiques de ses produits pour les différencier de ses concurrents.²⁹

²⁶ <https://agicap.com/fr/article/definition-economies-dechelle/> . Consulté le 26 mars 2025 à 12 : 20

²⁷ <https://wp.unil.ch/bases/2013/05/rendements-dechelle/> Consulté le 26 mars 2025 à 13 : 03

²⁸ <https://moodle.luniversitenumerique.fr/mod/book/tool/print/index.php?id=3503> Consulté le 26 mars 2025 à 13 : 40

²⁹ <https://ses.webclass.fr/notions/differenciation-produits/> consulté 02 avril 2025 à 11 : 25

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

Pour expliquer les échanges de biens similaires mais différenciés, Krugman s'appuie sur un modèle de différenciation des produits qui exclut par nature la concurrence parfaite. Son approche repose sur une situation de concurrence monopolistique, théorisée par Edward Chamberlin en 1933. À court terme, chaque entreprise est supposée être en situation de monopole sur la variété spécifique de produits qu'elle propose, étant donné que tous les produits sont différenciés. Par exemple, Volkswagen détient le monopole de la Golf, tandis que Peugeot possède celui de la 307. Bien qu'elles soient en concurrence sur le marché automobile, ces entreprises ne produisent pas un bien strictement identique, mais développent plutôt des variantes distinctes de ce bien.³⁰

4-3- La théorie de l'avantage concurrentiel de Porter 1985

La théorie de la chaîne de valeur de Porter est un modèle d'analyse stratégique des entreprises conçu par le professeur Michael Porter de l'Université de Harvard. Ce modèle permet d'examiner les activités essentielles d'une entreprise afin d'identifier les sources de compétitivité et d'avantage concurrentiel.

L'origine de cette théorie remonte aux années 1980, lorsque Michael Porter a commencé à travailler sur le concept d'avantage concurrentiel. Dans son ouvrage *L'avantage concurrentiel: comment devancer ses concurrents et maintenir sa position*, publié en 1985, il a introduit la notion de chaîne de valeur.

Cette dernière est une représentation schématique des différentes étapes impliquées dans la production et la distribution d'un produit ou service. Elle se divise en deux catégories : les activités principales et les activités de soutien. Les premières englobent la logistique, les opérations, le marketing et la vente, tandis que les secondes incluent la gestion des ressources humaines, l'innovation technologique et l'approvisionnement.

D'après Porter, chacune de ces activités peut constituer une source d'avantage concurrentiel si elle est exécutée de manière plus performante ou innovante que chez les concurrents. En étudiant la chaîne de valeur d'une entreprise, il devient possible de repérer les activités stratégiques qui génèrent le plus de valeur et de focaliser les efforts sur leur optimisation.

³⁰ Vujisic, M. (2006), « Les nouvelles théories du commerce international », Centre de Ressources en Économie-Gestion – Académie de Versailles, p 05.

CHAPITRE 01 : FONDEMENTS THEORIQUES ET EVOLUTION DU COMMERCE INTERNATIONAL

Aujourd'hui, la théorie de la chaîne de valeur de Porter est une référence incontournable en stratégie d'entreprise. Elle est couramment utilisée par les entreprises et les analystes pour mieux comprendre les sources de compétitivité dans divers secteurs économiques.³¹

Pour conclure, les théories du commerce international nous aident à mieux comprendre pourquoi les pays échangent. Qu'elles soient anciennes ou nouvelles, elles montrent que le commerce dépend de plusieurs facteurs importants

Conclusion :

Pour finir, le commerce international prend de plus en plus d'importance dans le monde. Il permet aux pays d'échanger des produits, des services, des technologies et de l'argent. Chaque pays peut se concentrer sur ce qu'il fait le mieux et échanger avec les autres pour obtenir ce dont il a besoin. Cela aide les pays à trouver de nouveaux clients, à vendre plus, et à faire grandir leur économie. Le commerce international est donc très important pour le développement et la richesse des nations.

³¹ Peter Lanore, (2023) « La Chaîne De Valeurs De Porter, Analyse de la création de valeur et de l'avantage concurrentiel », Édition :MustRead , p 2

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

Introduction

Avant d'aborder les contraintes qui freinent le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie, il convient d'abord de s'intéresser aux efforts déployés par l'État pour promouvoir ces exportations et diversifier l'économie nationale. Nous allons ainsi présenter les principaux dispositifs d'aide et de facilitation mis en place pour encourager les opérateurs économiques à se tourner vers l'international, ainsi que le rôle des institutions et organismes d'accompagnement dans ce processus.

Dans un second temps, nous reviendrons sur les accords commerciaux conclus par l'Algérie, et leur contribution à l'ouverture vers les marchés étrangers.

Enfin, nous allons aborder les différentes contraintes, qui empêchent encore de nombreuses entreprises de s'internationaliser.

Section 01 : Les dispositifs d'aide, de facilitation et de soutien aux exportations hors hydrocarbures en Algérie

Dans cette section nous allons présenter les principaux organismes d'aide, de soutien et de facilitations mis en place par l'Algérie pour encourager et promouvoir les exportations algériennes. D'abord nous allons présenter un panorama sur les différentes institutions de soutien à l'export et définir les missions de chaque institution.

1- Les organismes d'appui et de soutien aux exportations hors hydrocarbures

Il existe différents de différents organismes qui ont pour objectif de promouvoir et de soutenir les exportations hors hydrocarbures pour encourager les entreprises spécialisées dans l'exportation et les entreprises qui veulent s'investir dans un processus d'exportation des produits agricoles car le soucis majeur de l'Etat est de procéder à la diversification des exportations hors hydrocarbures d'où l'existence de plusieurs organisations qui se focalisent sur le soutien et l'accompagnement des entreprises déjà exportatrices et les nouvelles entreprises exprimant une volonté de faire des exportations en faveur d'une croissance économique de l'Algérie et dans ce qui suit on peut citer ; ALGEX, CAGEX, ANEXAL, la CACI, SAFEX, FSPE, FNRDA, ainsi que CACQE.

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

1-1- L'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX)

L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) est un établissement public à caractère administratif. Elle a été créée en 2004 par décret exécutif n° 04-174 du 12 juin 2004. Cette organisme poursuit une politique d'expansion des échanges commerciaux et d'intégration internationale, et agit comme intermédiaire entre les institutions étatiques et les exportateurs algériens.

L'Agence ALGEX est l'instrument public privilégié pour la promotion et le développement des exportations hors hydrocarbures, en soutenant les efforts déployés par les entreprises en élaborant des politiques et des stratégies publiques de promotion et de développement des exportations hors hydrocarbures.³²

1-1-1- Les missions d'ALGEX

L'agence d'ALGEX est chargée de:

- Participer à la définition et à la mise en œuvre de la stratégie de promotion du commerce extérieur après son adoption par les autorités compétentes.
- La gestion des outils de promotion des exportations hors hydrocarbures au profit des entreprises exportatrices ;
- L'analyse des marchés internationaux et la réalisation d'études prospectives générales et sectorielles sur les marchés extérieurs ;
- L'élaboration d'un rapport annuel d'évaluation sur la stratégie et les programmes d'exportation ;
- La mise en place et la gestion de bases d'informations statistiques sectorielles et globales sur le potentiel national à l'export et les marchés étrangers ;
- La mise en œuvre d'un système de veille sur les marchés internationaux et leur impact sur les échanges extérieurs de l'Algérie ;
- La conception et la diffusion de revues spécialisées et de bulletins de conjoncture en matière de commerce extérieur ;

³² <https://www.algex.dz/fr/> Consulté le 14 avril 2025 à 12 :10

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

- Le suivi et l'encadrement de la participation des opérateurs économiques nationaux aux différents événements économiques, foires, expositions et salons spécialisés organisés à l'étranger ;
- L'assistance aux opérateurs économiques pour le développement d'actions de communication, d'information et de promotions liées aux biens et services destinés à l'exportation.³³

1-2- Compagnie Algérienne d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX)

La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX) est régie, entre autres, par l'article 4 de l'ordonnance 96/06 du 10/01/1996 qui dispose que l'assurance-crédit à l'exportation est confiée à une société chargée d'assurer pour:

- son propre compte et sous le contrôle de l'état, les risques commerciaux.
- le compte de l'Etat et sous son contrôle, les risques politiques, les risques de non transfert et les risques de catastrophes naturelles.

1-2-1- Les missions du CAGEX

La société a pour mission d'encourager et de promouvoir les exportations algériennes hors hydrocarbures et de garantir les ventes à crédit aux opérateurs économiques opérant sur le marché intérieur.

1-2-2- Actionnariat de la CAGEX

La CAGEX est une société par actions au capital social de 10.000.000.000 DA réparti à parts égale entre :

- BNA : Banque National d'Algérie.
- CPA : Crédit Populaire d'Algérie.
- BEA : Banque Extérieur d'Algérie.
- BADR : Banque de l'agriculture et du développement rural.

³³ <https://www.commerce.gov.dz/fr/agence-nationale-de-la-promotion-du-commerce-exterieur-algex> Consulté le 14 avril 2025 à 13 : 12

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

- BDL : Banque de Développement Local.
- CNMA : Caisse Nationale de Mutualité Agricole.
- CCR : Compagnie Centrale de Réassurance.
- CAAR : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance.
- SAA : Société Nationale d'Assurance.
- CAAT : Compagnie Algérienne des Assurances.³⁴

1-3- L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL)

L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL) a été créée le 10 juin 2001, dans le cadre de la loi n° 90-31 du 24 décembre 1990. Elle est régie aujourd'hui par la loi n° 12-06 du 12 janvier 2012 relative aux associations, ainsi que par ses statuts particuliers.

1-3-1- Les objectifs de l'ANEXAL

- Participer à la détermination de la stratégie de promotion des exportations.
- Accompagnement et sensibilisation des acteurs économiques.
- Promouvoir la recherche participative à travers les réseaux d'information.
- Animer les programmes de formation aux techniques des exportations.
- Organisation et participation à des salons et manifestations économiques spécifiques en Algérie et à l'étranger.
- Promouvoir l'échange d'expérience entre les adhérents.

1-3-2- Les activités d'ANEXAL

- Orientation et encadrement des adhérents.
- Conseil et assistance aux exportateurs
- Elaboration et proposition de plates-formes de solutions

³⁴ <https://www.cagex.dz/> consulté le 15 avril 2025 à 15 : 34

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

- L'adaptation de la législation des changes et sa mise en conformité avec l'économie de marché
- Le renforcement et l'élargissement du Fond Spécial pour la promotion des Exportations (FSPE)
- L'amélioration et l'assouplissement du cadre juridico-financier de la gestion du FSPE.³⁵

1-4- La Chambre algérienne de commerce et d'industrie (CACI)

La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie est instituée par le décret exécutif n°94-96 du 3 mars 1996, modifié et complété par le décret exécutif n°2000-312.³⁶

C'est une institution qui représente les intérêts publics des secteurs du commerce, de l'industrie et des services. La CACI est un établissement public industriel et commercial soumis à la tutelle du ministère du Commerce. Son siège social est situé à Alger.³⁷

1-4-1- Les missions de CACI

- Fournir aux pouvoirs publics, à leur demande ou de sa propre initiative, des avis, suggestions et recommandations sur les questions ou préoccupations ayant un lien direct ou indirect, au niveau national, avec les secteurs du commerce, de l'industrie et des services.
- Organiser la concertation entre ses membres et recueillir leurs opinions sur les projets de textes soumis par l'administration pour étude et avis.
- Élaborer une synthèse des avis, recommandations et propositions émanant des chambres de commerce et d'industrie, et encourager l'harmonisation de leurs actions et de leurs ressources.
- Mener toute initiative d'intérêt commun aux chambres de commerce et d'industrie et encourager leurs projets.
- Assurer la représentation des chambres auprès des autorités publiques et désigner des délégués auprès des instances nationales de concertation et de consultation.

³⁵ <https://anexal.dz> consulté le 15/04/2025 à 16 : 20

³⁶ <https://formations.caci.dz/> consulté le 15/04/2025 à 17 : 14

³⁷ <https://elmouchir.caci.dz/entreprise/1857/caci-chambre-algrienne-de-commerce-et-dindustrie> consulté le 15/04/2025 à 18 : 10

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

- Initier toute démarche visant à promouvoir et à développer les divers secteurs de l'économie nationale, notamment à travers leur ouverture vers les marchés internationaux.³⁸

1-5- La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX)

La Société Algérienne des Foires et des Exportations (SAFEX - SPA) est une société anonyme publique issue de la transformation de l'objet institutionnel et de la dénomination de l'Office National des Foires et Expositions (ONAFEX), créé en 1971.

Son siège social est sis dans l'enceinte du Palais des Expositions situé à 3 km de l'aéroport international d'Alger et à 10 km du centre-ville.

1-5-1- Les missions de SAFEX

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

- Organisation de foires, salons spécialisés et expositions à portée nationale, internationale, régionale et locale.
- Coordination de la participation algérienne aux foires et expositions organisées à l'étranger.
- Elle apporte également son appui aux opérateurs économiques dans le domaine du commerce international à travers :
 - La diffusion d'informations sur la réglementation liée au commerce international. ·
L'identification d'opportunités d'affaires à l'international.
 - La mise en relation entre partenaires commerciaux.
 - L'accompagnement dans les démarches d'exportation.
 - L'édition de publications économiques et de catalogues commerciaux.
 - L'organisation de rencontres professionnelles, de séminaires et de conférences.
 - La gestion et l'exploitation des infrastructures et installations du Palais des Expositions.³⁹

³⁸ <https://www.commerce.gov.dz/fr/chambre-algerienne-de-commerce-et-d-industrie-caci> Consulté le 15/04/2025 à 19 :30

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

1-6- Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE) :

Ce fonds correspond au compte d'affectation spécial n°302-084, ouvert depuis l'article 195 de la loi de finances de 1996; dont les rôles sont bien définis dans le décret n°08-07 du 19 janvier 2008. Les recettes de ce fonds proviennent à raison de 10% de la taxe intérieure de consommation (la TIC qui s'applique essentiellement sur les produits importés), des contributions des organismes publics et privés et des dons.⁴⁰

1-6-1- Les missions de FSPE

Le FSPE prend en charge les différentes dépenses suivantes :

-les frés Participation aux manifestations économiques à l'étranger:

- 80%, dans le cas d'une participation collective aux foires et expositions inscrites au programme annuel officiel.
- 50%, dans le cas d'une participation individuelle aux autres foires ne figurant pas au programme annuel officiel.
- 100%, dans le cas d'une participation revêtant un caractère exceptionnel ou se limitant à la mise en place d'un guichet unique.
- Les frais de publicités (affichages, brochures, dépliants, publicité sur médias écrits et audiovisuel), spécifiques à la manifestation considérée (intitulé de la foire, période, lieu, ...etc.), sont éligibles à une couverture par le FSPE.

-Pour le transport, transit et manutention des marchandises destinées à l'exportation:

- 50% des frais de transport international des produits agricoles périssables ou à destinations éloignées
- 50% des frais de transport international des produits non agricoles

³⁹ <https://www.commerce.gov.dz/fr/societe-algerienne-des-foires-et-expositions-safex> Consulté le 15/04/2025 à 20 : 02

⁴⁰ CHIKH Nadjia, « les dispositifs d'incitation à la promotion des exportations hors-hydrocarbures en Algérie : constat et analyses », UMMTO, le 26/05/2018. P 421

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

- 50% des frais de transport terrestre interne des produits exportés.⁴¹

1-7- Le Fonds National de Régulation et Développement Agricole (FNRDA)

Institué par la Loi de finances pour 2000, le Fonds National de Régulation et de Développement Agricole (FNRDA), est destiné à apporter un soutien financier à tout exportateur intervenant dans le domaine de l'exportation de dattes.

Le soutien accordé par le FNRDA concerne :

- La prise en charge partielle du taux d'intérêt du crédit d'exploitation accordé par les banques algériennes à hauteur de trois pour cent (3%) et ce, au titre du crédit consommé dans la limite du montant du chiffre d'affaires réalisé à l'exportation durant la même période.
- L'octroi d'une prime d'incitation à l'exportation de :
 - Cinq (5) Dinars par Kilogramme pour les dattes en vrac (dattes naturelles ayant subi les opérations de désinsectisation, de triage et de mise en emballage allant jusqu'au 12Kg) ;
 - Huit (8) Dinars par Kilogramme pour les dattes conditionnées en emballages divisionnaires d'un Kg et moins
 - Les quantités exportées en plus de celles réalisées durant la période précédente.⁴²

1-8- Le Centre Algérien de Contrôle de Qualité et de l'emballage (CACQE)

Le Centre Algérien du Contrôle de la Qualité et de l'Emballage est un établissement public à caractère administratif (EPA) placé sous la tutelle du Ministère du Commerce Intérieure et de la Régulation du Marché National.

Il est créé par décret exécutif n° 89-147 du 08 août 1989 modifié et complété par le décret exécutif n° 03-318 du 30 septembre 2003.

⁴¹ <https://www.mfa.gov.dz/fr/economic-diplomacy/support-for-exports/measures-and-facilitations> Consulté le 26/04/2025 à 09 : 15

⁴² Décision interministérielle n°130 du 10-12-2002 modifiant et complétant les dispositions de la décision interministérielle n°767 du 24 octobre 2001, portant soutien de l'Etat aux exportations des dattes

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

1-8-1- Les missions et activités de CACQE

-Le CACQE a pour mission principale la protection de la santé et de la sécurité des consommateurs.

-Les activités essentielles du Centre peuvent être réparties comme suit :

- La participation à la recherche et à la détection de toute fraude, falsification ou infraction aux lois et réglementations en vigueur relatives à la qualité des biens et services ;
- La vérification de la conformité des produits aux normes et spécifications légales ou réglementaires qui leur sont applicables ;
- La gestion et l'amélioration des laboratoires d'analyse de la qualité ;
- La promotion de la qualité de la production nationale des biens et services ;
- L'appui technique et scientifique aux organismes chargés du contrôle de la qualité et de la lutte contre la fraude ;
- La contribution à l'élaboration des normes des biens et services destinés à la consommation au sein des différents comités techniques nationaux ;
- L'information, la communication et la sensibilisation du consommateur ;
- L'assistance et l'accompagnement des opérateurs économiques pour la maîtrise de la qualité des produits et services mis sur le marché.⁴³

L'Algérie a mis en œuvre plusieurs dispositifs d'aide visant à soutenir les exportations hors hydrocarbure dans le cadre de diversification économiques, ses institutions ont pour objet d'accompagner les entreprises exportatrices afin de faciliter l'accès aux marchés étrangers. Cette section présente les principaux acteurs qui interviennent dans les opérations d'exportation et leurs missions principales.

⁴³ <https://cacqe.dz/presentation> Consulté le 26/04/2025 à 11:28

Section 02 : Les accords commerciaux et les différentes contraintes liées à l'exportation.

Dans un contexte économique marqué par l'ouverture des marchés et la mondialisation des échanges, les accords commerciaux jouent un rôle crucial dans la régulation et la facilitation des exportations, ils permettent aux entreprises d'avoir accès à de nouveaux marchés en bénéficiant des conditions, cependant la situation ne s'explique pas de profiter des avantages seulement mais de faire face à de nombreuses contraintes.

Cette section vise à présenter les principaux accords commerciaux et identifier les obstacles auxquels les exportateurs sont exposés.

1- les différents accords commerciaux

L'Algérie a conclu plusieurs accords commerciaux bilatéraux et multilatéraux visant à faciliter et développer ses échanges

1-1- L'Accord avec l'Union européenne

L'Accord d'association entre l'Union européenne et l'Algérie est entré en vigueur le 1^{er} septembre 2005. L'accord prévoit de donner un élan majeur à un régime d'échanges ouvert au cours des douze années à venir.⁴⁴

Cet accord établit un cadre global pour les relations économiques, commerciales, politiques et sociales entre l'Algérie et l'UE. Il vise notamment à créer une zone de libre-échange avec un démantèlement progressif des droits de douane. Il revêt une grande importance car c'est avec l'UE que l'Algérie réalise près de 60% de son commerce extérieur.⁴⁵

⁴⁴ Fonds monétaire international. (2006). Algérie : Consultations de 2005 au titre de l'article IV – Rapport des services et autres documents. Rapport du FMI No. 06/93. ; p 17

⁴⁵ <https://www.commerce.gov.dz/fr/a-presentation-de-l-accord-d-association> consulté le 22/04/2025 à 18 : 17

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

1-2- L'accord 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, connaissement et autre pièces doivent indiquer les USA comme destination finale.

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 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.⁴⁶

1-3- La Grande Zone Arabe de libre-échange (La GZALE) :

Dans le but de stimuler les échanges commerciaux entre les pays arabes, la ligue Etats Arabes (LEA), par l'intermédiaire de son Conseil Economiques et Social (CES), a élaboré en février 1979 une convention visant à faciliter les échanges. Celle-ci a été officiellement adoptée le 10 février 1981 à Tunis.

En septembre 1995, cette convention a été relancée par le CES. Ensuite, en juin 1996, les dirigeants arabes ont décidé de mettre en œuvre un projet plus ambitieux : la création d'une Grande Zone Arabe e Libre-Echange (GZALE) prévue pour débiter en 1998.

Pour rejoindre cette zone de libre-échange, les pays arabes doivent non seulement ratifier la convention initiale sur la facilitation des échanges, mais aussi s'engager officiellement à

⁴⁶ ABIDI, M. (2018), [Le Financement des Exportations Hors Hydrocarbures en Algérie « Cas d'une Opération d'exportation au niveau de l'AHB Alger »], Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou. P 45,46

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

appliquer le programme de mise en place de la GZALE, avec une réduction progressive et annuelle de 10% des droits de douane⁴⁷

Dans le programme exclusif, au lancement de la GZALE, il a été prévu d'éliminer toutes les taxes douanières et les barrières non douanières à l'horizon 2008. Pour la taxe douanière et à base de mécanismes bien précis, il a été décidé que : « L'exonération de tous les produits arabes échangés entre les Etats-parties se fera conformément au principe de l'exonération progressive applicable à partir du 1-1-1998 par le biais de réduction à taux annuels constants, des droits de douanes et des droits et taxes à effets similaires jusqu'à l'obtention de l'exonération totale pour tous les produits arabes au moment de l'instauration définitive de la Grande Zone Arabe de Libre Echange prévue pour le 31 Décembre 2007

Comme toute zone commerciale, la GZALE offre des opportunités et des avantages pour les pays membres afin de doper leurs exportations vers la zone, même si parfois on constate l'existence d'avantages particuliers accordés à quelques pays tout en prenant en compte leurs situations sécuritaires, sociales et économiques.⁴⁸

1-4- La Zone de Libre-échange continentale Africaine (ZLECAF)

La Zone de libre-échange continentale africaine (ZLECAF), est un accord historique signé par 52 pays africains en mars 2018. C'est la plus grande zone de libre-échange au monde par le nombre de pays adhérents. Le 1er janvier 2021, la ZLECAF est devenue réalité en réunissant quelque 1,3 milliard d'Africains au sein d'un même marché, pour un PIB combiné de plus de 3 billions de dollars des États-Unis.

L'objectif principal de la ZLECAF est d'encourager la libre circulation des produits fabriqués en Afrique et de promouvoir les échanges commerciaux intra-africains avec une élimination de 90 % des droits de douane et d'autres obstacles au commerce (barrières non tarifaires).⁴⁹

⁴⁷ DJEBBAR, F. (2020). [L'adhésion de l'Algérie à la Grande Zone Arabe de Libre Echange (GZALE) : Impacts et perspectives], Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.

⁴⁸ ABIDI, M. (2018). [Le Financement des Exportations Hors Hydrocarbures en Algérie « Cas d'une Opération d'exportation au niveau de l'AHB Alger »], Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou. P 70

⁴⁹ UNESCO « L'industrie du film en Afrique Tendances, défis et opportunités de croissance » Edition : UNESCO Publishing · 2021 p 39

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

1-5- L'accord de libre-échange avec la Jordanie

La convention de coopération commerciale entre l'Algérie et la Jordanie a été signée le 19/05/1997. Elle a été ratifiée par le Décret présidentiel n° 98-252 correspondant au 8 août 1998. Cette convention est entrée en vigueur le 31 janvier 1999.⁵⁰

Cette convention prévoit l'exonération des droits de douanes et des taxes et impôts d'effets équivalents aux droits de douanes et ce, pour les produits d'origines algérienne et jordanienne échangés directement entre les deux pays. Elle prévoit également l'exonération de tous les obstacles non tarifaires. Tous les produits d'origine algérienne ou jordanienne sont concernés par ces avantages, à l'exception de ceux figurant sur la liste annexée à la convention.

Les produits qui peuvent acquérir le caractère originaire sont :

- les produits fabriqués en totalité dans le pays de l'une des deux parties ;
- les produits fabriqués en Algérie ou en Jordanie et dont les coûts des inputs locaux, les coûts de la main d'œuvre locale et de la production représentent au moins 40% de la valeur globale ;
- les produits importés de l'autre partie et intégrés dans des produits finis selon le principe du taux d'intégration cumulé entre les deux pays.⁵¹

1-6- L'accord avec l'Union du Maghreb Arabe (UMA)

La déclaration instituant l'Union du Maghreb Arabe (UMA) a été signée à Marrakech le 17 février 1989 par les cinq chefs d'Etat de la Mauritanie, la Libye, la Tunisie, l'Algérie et le Maroc. Le traité est entré en vigueur le 1er juillet 1989. À la signature du Traité, les pays membres « ont accepté de coordonner, harmoniser et rationaliser leurs politiques et stratégies pour un développement durable dans tous les secteurs des activités humaines »⁵²

⁵⁰ <https://legal-doctrine.com/edition/les-accords-commerciaux-avec-lalg%C3%A9rie> consulté le 23/04/2025 à 09 : 32

⁵¹ <https://www.douane.gov.dz/> consulté le 23/04/2025 à 09 : 57

⁵² <https://archive.uneca.org/fr> consulté le 23/04/2025 à 10 : 32

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

Depuis la création de l'Union du Maghreb arabe en 1989, l'Algérie s'est efforcé à soutenir ce projet en lui accordant l'importance méritée en vue de concrétiser ses objectifs, a travaillé à l'achèvement de ses structures et ses institutions et a rempli toutes ses obligations envers l'Union. Dans ce contexte :

- L'Algérie contribue de façon régulière au paiement de ses parts financières dans les budgets des différentes institutions de l'Union
- L'Algérie abrite le Conseil Consultatif de l'Union du Maghreb arabe et met à sa disposition le siège, toutes les exigences de travail et les conditions de réussite ;
- À la fin de 2010, l'Algérie a souscrit et versé ses contributions au cours du premier trimestre du capital de la Banque maghrébine d'investissement et de commerce extérieur, évalué à 7,5 millions de dollars, afin de mettre en œuvre le projet de la Banque ;
- L'Algérie a ratifié 29 des 38 accords conclus dans le cadre de l'Union.⁵³

1-7- L'OMC et la probable accession de l'Algérie

L'Algérie est engagée dans le processus d'adhésion au système commercial multilatéral en juin 1987. Cependant lors de la création de l'organisation mondiale du commerce (OMC) en 1995, aucune opportunité n'a été saisie ou prévue. En conséquent l'accession de l'Algérie est devenue de fait la procédure la plus longue qu'ait connue le système.

Cette procédure peut être divisée en deux grandes phases :

- La première phase s'étend de juin 1987 à juillet 1996, est généralement de phase dormante, durant cette période les autorités algériennes se sont limitées à déposer une demande d'adhésion, sans engager de démarches concrètes.
- La deuxième phase, débute en juillet 1996 avec la soumission par l'Algérie de son aide-mémoire sur le commerce extérieur, marquant le lancement des négociations.

Cette dynamique s'intensifie avec la tenue de la première réunion du Groupe de travail en Avril 1998. Une session de négociation a réuni la délégation algérienne et les représentants de

⁵³ <https://www.mfa.gov.dz/fr> consulté le 24/04/2025 à 18 : 30

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

l'OMC en Avril 2001. Cette réunion a suscité de vives critiques à l'encontre de l'Algérie, le résultat logique de ses critiques ont conduit à une récession du dossier algérien. L'Algérie s'est engagée de prendre en considération les conseils de ses partenaires économiques afin de relancer et d'approfondir ses reforme dans le cadre de son intégration au système commercial multilatéral⁵⁴

1-8- L'Accord Préférentiel avec la Tunisie

L'Accord Commercial Préférentiel (ACP) entre l'Algérie et la Tunisie a été signé à Tunis le 4 décembre 2008 et ratifié par le Décret présidentiel n°10-12 du 11 janvier 2010. Cet accord vise à faciliter et à promouvoir le développement économique et commercial entre les deux pays.

Concernant les exemptions douanières prévues par l'ACP, il est stipulé que, pour en bénéficier, l'échange des produits concernés doit s'effectuer directement entre l'Algérie et la Tunisie.

Il convient également de préciser que ces exemptions ne s'appliquent pas aux marchandises issues des zones franches situées dans l'un ou l'autre des deux pays.⁵⁵

1-9- Accord entre l'Algérie et l'Arabie saoudite

En vue de renforcer les relations commerciales entre l'Algérie et l'Arabie saoudite; les entreprises algérienne et saoudiennes ont conclus cinq accord signés le 20 avril 2025 à Alger. Selon les informations rapportées par Algérie Presse Service (APS), les accords couvrent des secteurs tels que le tourisme, le commerce, l'industrie et les services juridiques. Ils visent à encourager les investissements croisés, à favoriser le transfert de compétences et à impulser une dynamique de création d'emplois. Les échanges commerciaux entre les deux pays ont

⁵⁴ Abbas M. (2009). L'accession de l'Algérie à l'OMC entre ouverture contrainte et Ouverture maîtrisée. CREAD, OMC, CEA, CNUCED, Ministère du commerce, Algérie. Halshs-00387925.

⁵⁵ <https://legal-doctrine.com/edition/les-accords-commerciaux-avec-lalg%C3%A9rie> consulté le 22/04/2025 à 21 : 45

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

atteint environ 1,12 milliard de dollar en 2024, avec une croissance notable des investissements saoudiens en Algérie⁵⁶

2- Les contraintes liées à l'exportation hors hydrocarbures en Algérie

En Algérie, il est important de développer les exportations hors hydrocarbures pour ne pas dépendre uniquement du pétrole et du gaz. Mais ce secteur fait face à plusieurs difficultés qui freinent son évolution, Parmi ces contraintes, on peut citer :

2-1- Au niveau national

Les facteurs de blocage s'expliquent par divers dysfonctionnements et défaillances d'ordre économique, institutionnel et organisationnel. Ceux-ci peuvent être observés aussi bien en amont qu'en aval du processus d'exportation. En amont, les contraintes sont liées au manque de ressources et aux difficultés d'accès aux compétences nécessaires à l'exportation. En aval, les obstacles relèvent principalement d'un cadre institutionnel inadapté et de l'incapacité des politiques publiques à encourager l'ouverture vers les marchés internationaux.

Parmi les principales entraves à la compétitivité, on peut citer :

- La petite taille des entreprises algériennes, qui freine le développement d'une production à grande échelle ;
- Une productivité limitée, en raison d'une gestion inefficace des capacités de production ;
- L'irrégularité d'approvisionnement en matières premières, qui nuit à la compétitivité à l'international ;
- Le poids du marché informel, qui freine le développement des entreprises formelles et engendre une concurrence déloyale ;
- Le manque de coopération et de synergie entre les acteurs au sein des filières, limitant la réalisation d'économies d'échelle et pesant sur la compétitivité des exportations (CCI, ALGEX) ;

⁵⁶ <https://www.agenceecofin.com/actualites/2104-127722-1-algerie-et-l-arabie-saoudite-renforcent-leur-partenariat-economique-par-cinq-accords> Consulté le 23/04/2025 à 16:32

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

- L'absence d'organismes d'évaluation de la conformité (OEC) accrédités, et le manque de capacités techniques pour effectuer les tests de qualité requis ;
- Les normes et référentiel internationaux sont faiblement inclus au niveau national et insuffisants en matières de veille normative et réglementaire.
- La lenteur des formalités administratives liées aux dispositifs d'appui au commerce, qui freine les exportateurs ;
- Une promotion des exportateurs algériens peu ciblée et inadaptée aux marchés stratégiques ;
- Des procédures de dédouanement et d'inspection lourdes, ainsi que des démarches documentaires longues et complexes lors du passage portuaire ou frontalier ;
- Des dispositions obsolètes dans la législation des changes, notamment en ce qui concerne la dépénalisation de l'acte d'exportation et les délais de rapatriement des recettes ;
- Le contrôle des changes et les contraintes liées à la détention de devises, qui constituent un obstacle majeur à l'exportation ;⁵⁷
- la faiblesse des infrastructures logistiques et des moyens de transport entraîne des coûts élevés et des délais importants dans les opérations d'exportations.
- La rigidité du marché du travail Algérien concernant le recrutement de main d'œuvre étrangère rend l'accès à certaines compétences et expertises difficile pour les entreprises exportatrices.⁵⁸

2-2- Les principales entraves liées à la Connectivité

- Faiblesse du taux d'intégration des TIC au sein des PME algériennes défavorisant leur connexion avec les marchés internationaux
- Les moyens de paiement électroniques (e-paiement, commerce électronique) restent peu performants.

⁵⁸BOUDIFA Hakima, « OPPORTUNITÉS ET CONTRAINTES POUR LES EXPORTATIONS ALGERIENNES INTRA AFRICAINES », Vol.22, N°02: Décembre 2023, p 62

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

- L'accès à l'information commerciale demeure sous-optimal.
- Le manque d'organisation au sein des filières complique l'accès à une information commerciale claire et structurée.
- Les structures d'appui dans les marchés cibles d'exportation sont quasi inexistantes, ce qui empêche un accompagnement efficace des exportateurs dans leur stratégie de pénétration des marchés étrangers.
- Les disparités régionales sur le territoire limitent le développement uniforme du pays et délaissent des produits régionaux potentiellement exportables.
- Les exportateurs algériens ne bénéficient que d'un nombre limité d'accords tarifaires préférentiels avec les partenaires étrangers.⁵⁹

2-3- Les contraintes identifiées dans le cadre de la chaîne logistique

La chaîne logistique en Algérie rencontre plusieurs contraintes qui freinent son développement, aussi bien du côté de l'offre, de la demande que de la réglementation.

2-3-1- Contraintes du côté de l'offre

- Absence d'associations professionnelles spécialisées dans la logistique et la distribution.
- L'absence de zones franches pour encourager les exportations freine le développement des échanges économiques et commerciaux avec les pays voisins.
- Le manque de liaisons directes vers les marchés étrangers (par avion, bateau ou route) limite la compétitivité des entreprises algériennes.
- Les infrastructures logistiques sont insuffisantes, ce qui entraîne une hausse des coûts et des délais de livraison.

⁵⁹ BOUDIFA Hakima, « OPPORTUNITÉS ET CONTRAINTES POUR LES EXPORTATIONS ALGERIENNES INTRA AFRICAINES », Vol.22, N°02: Décembre 2023, p 63

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

2-3-2- Contraintes du côté de la demande

- La faible connaissance des services disponibles pour les producteurs et exportateurs entraîne une perte de bénéfices et une hausse des coûts d'exportation.
- L'absence de plateformes logistiques et commerciales à l'étranger, ainsi que l'impossibilité pour les opérateurs algériens d'acheter des services à l'international, limitent l'accès de leurs produits aux marchés étrangers.⁶⁰

2-4- Les contraintes liées au financement

- Capacités limitées des banques commerciales en matière de financement du commerce, en grande partie dues au manque d'informations et à la faible digitalisation des opérations.
- Faible recours au Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE) en raison de la complexité des procédures d'accès et de la portée restreinte des services couverts.
- Manque de visibilité et de promotion des produits et services algériens à l'international, lié à l'inefficacité du réseau et des attachés économiques dans les ambassades algériennes.
- Taux d'intérêt élevés et procédures d'accès lourdes aux financements bancaires freinant le recours aux financements classiques.
- Accès restreint des entreprises exportatrices aux mécanismes de financement, de garantie et d'investissement, rendant les démarches d'exportation plus complexes.
- Méconnaissance, par les banques commerciales et les opérateurs, des règlements de la Banque d'Algérie.
- Contraintes liées à la détention de devises et au contrôle des changes, nuisant à la compétitivité des entreprises exportatrices et limitant l'élan de l'économie réelle.

⁶⁰ BOUDIFA Hakima, « OPPORTUNITÉS ET CONTRAINTES POUR LES EXPORTATIONS ALGERIENNES INTRA AFRICAINES », Vol.22, N°02: Décembre 2023, p 65

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

- Incapacité à financer des opérations et services à l'étranger, affectant la crédibilité des exportateurs algériens auprès de leurs partenaires internationaux. ⁶¹

2-5- Le risque politique et institutionnel

Il s'agit de l'ensemble des risques liés aux décisions des Etats des pays cibles. Nous distinguons :

- Le risque d'exportation ou de nationalisation.
- Le risque lié aux changements de réglementation ; douanière, fiscale, bancaire, commerciale et celle du taux de change.
- Le risque lié à la corruption.
- Le risque lié aux couts de transactions ; ces couts englobent tous les frais engendrés par la réalisation d'une transaction économique, ces derniers deviennent plus importants dès qu'il s'agit d'une transaction internationale. Ces couts sont souvent liés aux :
 - ✓ Couts de recherches des partenaires étrangers ;
 - ✓ Couts de collecte d'information sur les marchés étrangers ;
 - ✓ Couts de rédaction des contrats ;
 - ✓ Couts de contrôle de la conformité des contrats (volumes des ventes, prix et moyens appliqués).⁶²

L'Algérie a signé plusieurs accords commerciaux dans le but de favoriser l'intégration régionale et le développement des exportations. Toutefois malgré les efforts des contraintes majeurs freine l'objectif réel de ces accords.

Dans cette section nous avons présenté les différents accords commerciaux conclus par l'Algérie, tout en identifiant les contraintes qui limitent leur efficacité en matière de promotion des exportations.

⁶¹ BOUDIFA Hakima « OPPORTUNITÉS ET CONTRAINTES POUR LES EXPORTATIONS ALGERIENNES INTRA AFRICAINES » Publie le 01/01/2023 p 62 ,66

⁶² BOUREMMA Mina, MAHTOUT Siham, « Les contraintes de développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie Cas ENIEM Tizi-Ouzou », UMMTO, promotion 2021, p 60.

CHAPITRE 02 : ORGANISATION DES OPERATIONS D'EXPORTATION EN ALGERIE

Conclusion :

Au fil de ce chapitre et de cette brève présentation du commerce extérieur de l'Algérie, nous n'avons constaté que l'Algérie à consolider des accords bilatéraux et multilatéraux dans une perspective de faciliter les échanges commerciaux.

Nous avons pu identifier les différents organismes d'appui et de soutien qui jouent un rôle important dans le développement des exportations hors hydrocarbures en matière d'accompagnement des opérateurs nationaux en facilitant l'accès aux marchés étrangers

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Introduction :

Ce chapitre vise à analyser l'évolution réelle des exportations hors hydrocarbures algérienne à l'aide de données. Ce chapitre comprend deux sections : la première présente la dynamique générale des exportations hors hydrocarbures algériennes. La deuxième s'intéresse aux exportations des produits agricoles, tels que les dattes, pomme de terre.

Section 01 : dynamique générale des exportations algériennes

Dans cette section, nous allons présenter l'évolution du commerce extérieur de l'Algérie, sa place au niveau africain et mondial. Nous présenterons également les principales statistiques liées aux exportations hors hydrocarbures du pays et les principaux pays clients de ces produits.

Méthodologie de la recherche

1- Approche de la recherche

Une approche quantitative a été retenue. Elle est la plus appropriée pour traiter des données chiffrées, telles que les volumes des exportations de dattes, les valeurs des exportations hors hydrocarbures algérienne, et les destinations des exportations algériennes.

2- Stratégie de la recherche :

La stratégie adoptée est à la fois descriptive et analytique.

- L'aspect descriptif permet de présenter les faits et tendances observés (tels que l'évolution des exportations algérienne, la structure par produit ou la répartition géographique).

- L'aspect analytique permet de tirer des conclusions à partir des données recueillies.

3- Justification du choix d'étudier les produits agricoles :

Le choix de se concentrer sur les produits agricoles s'explique par leur importance stratégique dans la politique de diversification des exportations hors hydrocarbures. Leur analyse permet de mieux comprendre les efforts engagés par l'Algérie pour promouvoir une économie exportatrice plus équilibrée.

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

4- Méthode de collecte des données :

Les données utilisées ont été collectées à travers une analyse documentaire, basée principalement sur des rapports statistiques officiels (ministère du Commerce, Douanes algériennes, FAO, etc.) ainsi que des sources économiques spécialisées.

5- Méthode d'analyse des données :

Les données ont été traitées à l'aide du tri à plat, une méthode statistique simple qui consiste à présenter les données sous forme de tableaux et de graphiques.

Par exemple un tableau a été utilisé pour présenter l'évolution des exportations algériennes pour la période 2015/2023. Est un graphique circulaire a été utilisé pour montrer les principaux produits hors hydrocarbures exportés par l'Algérie en 2023.

1- Evolution du commerce extérieur de l'Algérie

À travers le tableau ci-dessous, nous allons illustrer la balance commerciale de l'Algérie à partir des données relatives aux exportations et aux importations.

Tableau 2: L'évolution du commerce extérieur en Algérie durant la période (2006-2023)

Valeurs en millions USD

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Importations	21 456	27 631	39 479	39 294	40 473	47 247	50 376	55 028
Exportations	54 613	60 163	79 298	45 194	57 053	73 489	71 866	64 974
balance commerciale	33 157	32 532	39 819	5 900	16 580	26 242	21 490	9 946

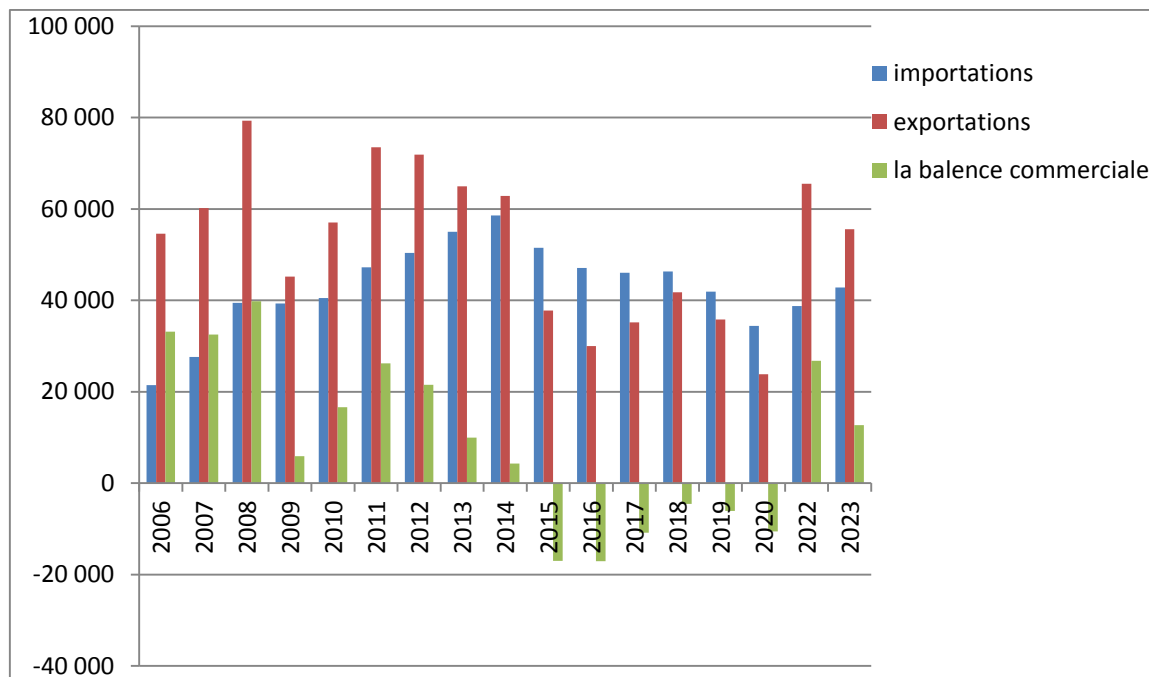
2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2022	2023
58 580	51 702	47 089	46 059	46 330,21	41 934,12	34 391 ,64	38 757	42 842
62 886	34 668	30 026	35 191	41 797,32	35 823,54	23 796,60	65 526	55 554
4 306	-17 034	-17 063	-10 868	-4 532,89	-6 110,57	-10 595,04	26 769	12 712

Source : établi par nous-mêmes à partir des données de <https://www.douane.gov.dz/spip.php?article469> et <https://www.bank-of-algeria.dz/rapports-annuels/>

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

La figure suivante présente l'évolution du commerce extérieur de l'Algérie « importations, exportations et balance commerciale » durant la période 2006-2023.

Figure 2: L'évolution du commerce extérieur pour la période 2006/2023 en millions de dollars



Source : Etabli par nos soins en se basant des donner du tableau N°2.

Dans la figure ci-dessus, qui représente l'évolution du commerce extérieur « les importations, les exportations et la balance commercial » pour la période (2006 / 2020). On constate plusieurs changements important au fil des années :

- De 2006 à 2013, la valeur des exportations algériennes dépassait celle des importations comme en 2012 (les exportations étaient de 71 866 millions USD, tandis que les importations atteignaient 50 376 millions de dollars), ce qui rendait la balance commerciale généralement positive.
- A partir de 2014, la balance commerciale a connu une baisse importante, allant jusqu'à enregistrer un déficit en 2015 avec -17 034 Millions de dollars, cela s'explique par une hausse des importations qui ont dépassé les exportations.

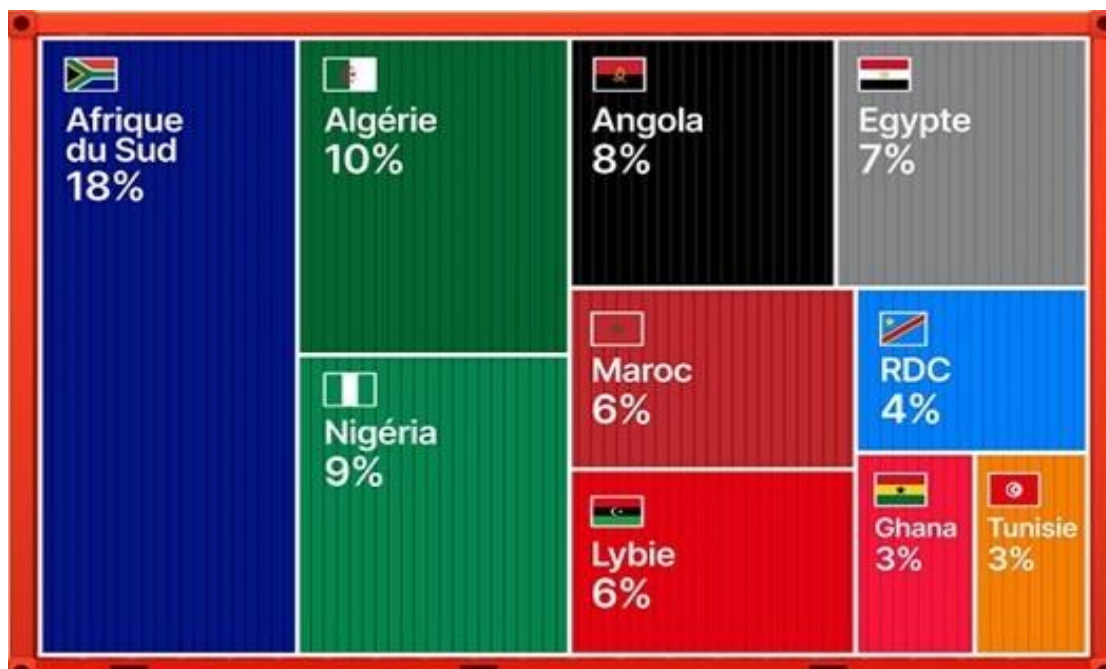
CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

- Entre 2017 et 2019, balance commercial a connu une légère amélioration « **-4 532,89 millions de dollars** » grâce à une baisse des importations. mais cette amélioration reste insuffisante pour équilibrer la balance commerciale.
- Dans l'année 2020, les exportations et les importations ont toutes les deux baissé (**23 796.60** millions de dollars pour les exportations et **34 391.64** millions de dollars pour les importations). Ce qui a entraîné un déficit commercial de **10 595,04** millions de dollars.
- Durant la période 2022/2023, les exportations enregistrent une forte hausse, tandis que les importations baissent légèrement. Cela permet à l'Algérie de réaliser un excédent commerciale important de **26 769** millions de dollars en 2022. En 2023, la valeur de la balance commerciale diminue un peu, mais reste positive, avec **12 712** millions de dollars.

1-1- La place des exportations Algériennes en Afrique

En Afrique, l'Algérie occupe deuxième place parmi les pays exportateurs, juste l'Afrique du sud. Comme le montre la figure suivante

Figure 3: Les dix premiers exportateurs des pays d'Afrique en 2022



Source : https://www.ilboursa.com/marches/top-10-des-plus-grands-pays-exportateurs-en-afrique-en-2022_43798 Consulté le 07/05/2025 à 10 : 32

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Les dix principaux pays africains exportateurs représentent plus de 37% des exportations totales du continent.

- **L'Afrique du Sud**, avec ses exportations diversifiées, notamment dans l'or, le platine et les pierres précieuses, occupe la première place à l'échelle africaine contribuant à hauteur de 18% des exportations du continent en 2022.
- Pour **l'Algérie** et **le Nigéria**, fortement dépendants du pétrole, leurs exportations de cette ressource ont atteint respectivement 90,7% et 90,2% de leur total des ventes à l'étranger. Les chiffres précis révèlent que les exportations de l'Algérie représentent 10% des exportations globales du continent, tandis que celles du Nigéria atteignent 9%.
- **L'Angola** et **l'Egypte** occupent les 4ème et 5ème places avec respectivement des parts de l'ordre de 8% et 7% pour chacun de deux pays.
- **Le Maroc** se distingue également avec une contribution de 6% des exportations globales du continent. Le Royaume, qui exporte une grande variété de produits industriels, chimiques et manufacturés, partage le 6ème rang avec **la Libye**.
- La **RDC** suit avec 4%, tandis que la **Tunisie** et **le Ghana** occupent le bas de la liste, représentant seulement 3% des exportations chacun.
- Pour le cas du **Ghana**, le pays a enregistré des exportations d'une valeur de 21,3 milliards de dollars en 2022, dépassant ainsi la Côte d'Ivoire, qui a été reléguée au 11ème rang. Les ventes dynamiques d'or ont joué un rôle essentiel en générant 9,53 milliards de dollars en recettes d'exportation.⁶³

1-2- la place des exportations algériennes au niveau mondial

L'Algérie a enregistré, selon le rapport, une augmentation de son volume d'exportation de GNL à fin 2023, avec 2,88 millions de tonnes supplémentaires par rapport à 2022, portant ainsi ses exportations totales à 13 millions de tonnes, avec une part de marché estimée à 3%, la plaçant au septième rang mondial.

⁶³ https://www.ilboursa.com/marches/top-10-des-plus-grands-pays-exportateurs-en-afrique-en-2022_43798
consulté le 08/05/2025 à 10 : 32

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Le rapport est également revenu sur les principaux flux de commerce de GNL entre les régions en 2023, classant les échanges entre l'Algérie et la Turquie (4,29 millions de tonnes) et de l'Algérie vers la France (3,20 millions de tonnes) comme les premiers et troisièmes plus grands échanges de GNL en Afrique et en Europe respectivement⁶⁴

2- L'évolution des exportations algériennes durant la période (2015/2023)

La situation des exportations algériennes est caractérisée par une forte dépendance aux hydrocarbures, qui représentent la majorité des exportations du pays. Les exportations hors hydrocarbures restent très faibles et marginalisées dans une économie qui dépend largement de la rente pétrolière⁶⁵

Nous allons présenter, à travers le tableau suivant, l'évolution des exportations algériennes au cours de la période 2015/2023.

Tableau 3:L'évolution des exportations algériennes pour la période 2015/2023

Valeurs en millions USD

	2015	2016	2017	2018	2019	2020*	2022	2023
Exportations hydrocarbures	32 699	28 221	33 261	38 871,75	33 243.54	21 541.11	59 549	50 496
Exportations hors hydrocarbures	1 969	1 805	1 930	2 925,56	2 580	2 255.49	5 977	5 058
Le totale des exportations	34 668	30 026	35 191	41 797,32	35 823.54	23 796.60	65 526	55 554

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de <https://www.douane.gov.dz/spip.php?article469> et <https://www.bank-of-algeria.dz/rapports-annuels/>

Selon le tableau suivant qui représente l'évolution des exportations algériennes pour la période 2015/2023, on constate que les exportations algériennes reposent sur les hydrocarbures, car ils sont toujours supérieurs aux exportations hors hydrocarbure.

⁶⁴ <https://www.aps.dz/economie/173033-gnl-l-algerie-au-septieme-rang-mondial-en-termes-de-capacite-de-production> consulté le 08/05/2025 à 12 :40

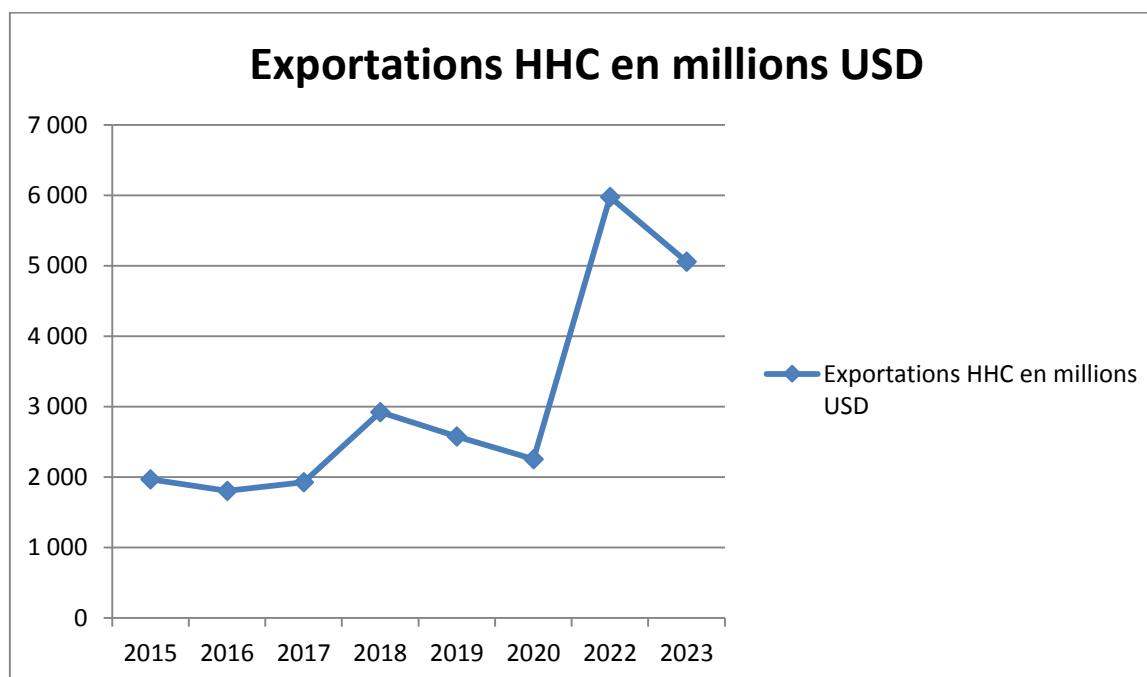
⁶⁵ TOUHOUCHE Rayhane, IZNASNI Ali « Analyse de l'évolution des exportations hors hydrocarbures (2015-2020) », V°19 / N° 1/ Juin 2023, p 114

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Durant la période 2015 à 2017 les exportations hors hydrocarbures ont presque gardé la même valeur, atteignant 1930 millions de dollars. À partir de 2018 on observe une légère progression, avec une valeur à 2 925.56 millions de dollars. A partir de 2022, elles ont connu une forte hausse, atteignant environ 5 977 millions de dollars.

Afin de mieux comprendre cette analyse, la figure ci-dessous montre comment les exportations hors hydrocarbures ont évolué entre 2015 à 2023.

Figure 4: La valeur des exportations HHC pour la période 2015/2023



Source : réalisé par nous-mêmes sur la base des données <https://www.douane.gov.dz/spip.php?article469>

3- La structure des exportations par groupe d'utilisation

Dans le tableau ci-dessous, nous allons présenter les principaux produits hors hydrocarbures exportés par l'Algérie durant la période 2015-2023.

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

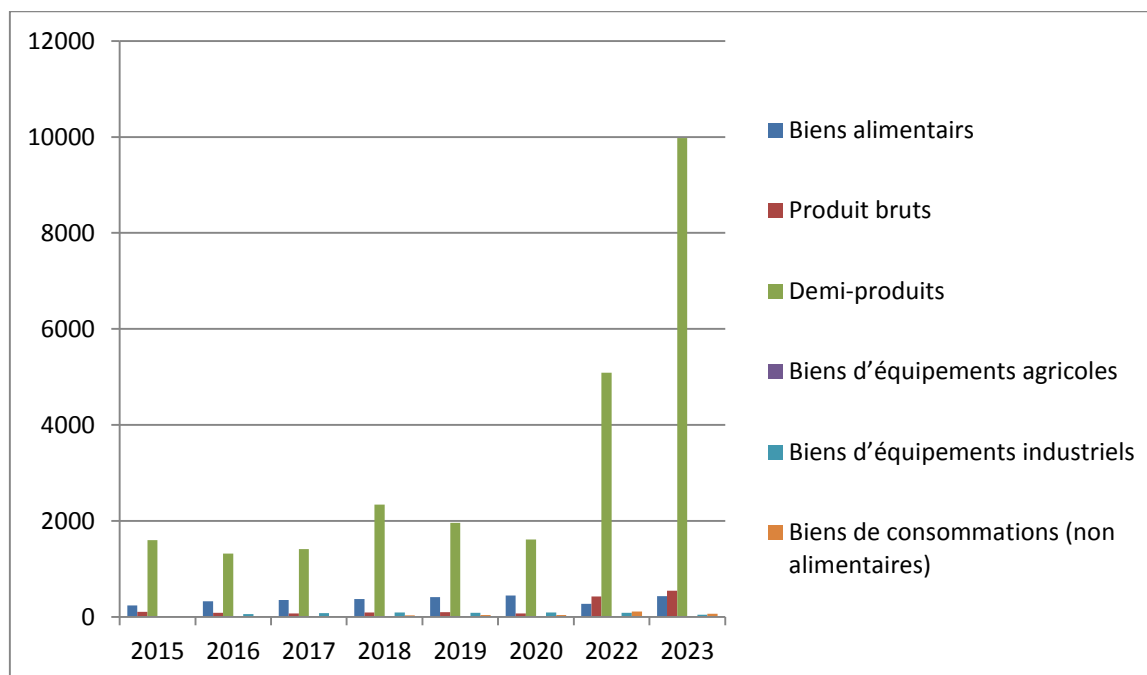
Tableau 4: Principaux produits hors hydrocarbures exportés durant la période 2015/2023

Valeurs en millions USD

Group d'utilisation	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2022	2023
Biens alimentaires	235	327	349	373,77	407.49	442.59	269	428
Produits bruts	106	84	73	92,39	95.95	71.52	425	541
Demi-produits	1 597	1 321	1410	2 335,58	1 956.92	1 611.18	5 086	3 977
Biens d'équipement agricole	1	-	0	0,31	0.25	0.32	2	3
Biens d'équipement industriel	19	54	78	90,10	82.97	90.81	84	45
Biens de consommation (non alimentaire)	11	19	20	33,42	36.42	39.06	111	65
Total	1 969	1 805	1 930	2 925,56	2 580	2 255.49	5 977	2059

Source : <https://www.douane.gov.dz/spip.php?article469> et <https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa>

Figure 5: Les principaux produits HHC exportés par l'Algérie (Millions USD)

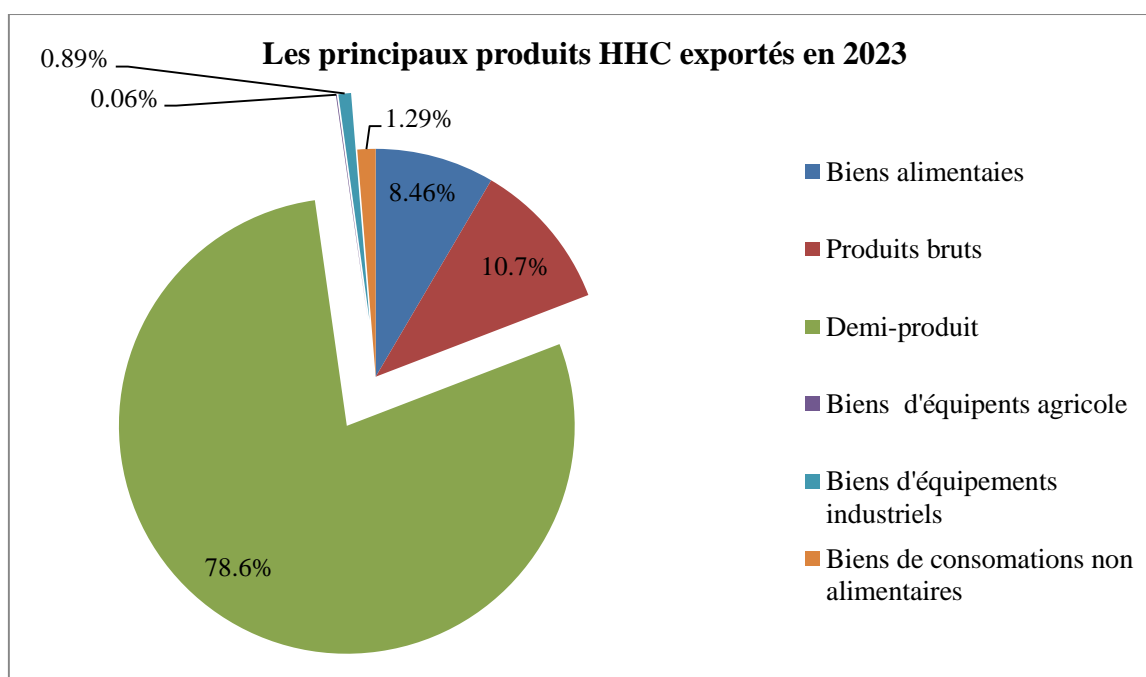


Source : réaliser par nous-même d'après les données du tableau N°4.

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

La figure ci-dessus, illustre les principaux produits hors hydrocarbures exportés durant la période (2015 / 2023). On constate que ces exportations sont constitués essentiellement du groupe de demi-produits, dans la valeur s'élève à 19 294.68 millions de dollars. Vient ensuite le groupe des biens alimentaires, avec 2 881.85 millions USD. Suivis des produits bruts avec, 1488.86 millions USD. En fin on retrouve le groupe de biens d'équipements industriels (543.88 millions USD), les biens de consommations non alimentaires (334.9 millions USD), et les biens d'équipements agricoles (6.88 millions USD).

Figure 6: Les principaux produits hors hydrocarbures exportés par l'Algérie en 2023



Source : réalisé par nous-même sur la base des données du tableauN°4.

Dans la figure n°06, qui représente les principaux produits hors hydrocarbures exportés par l'Algérie en 2023, on constate que l'Algérie exporte principalement des demi-produits, qui représentent 78.6% du total. Ensuite viennent les produits bruts avec 10.7%, puis les biens alimentaires avec 8.46%. Les autres catégories comme les biens de consommations non alimentaires (1.29%), les biens d'équipement industriels (0.89%), et les biens d'équipement agricoles (0.06%), restent très faibles.

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

4- Les principaux clients de l'Algérie

L'Algérie entretient des relations commerciales importantes avec plusieurs pays dans le monde, dont ses exportations jouent un rôle crucial dans son économie. A travers le tableau suivant nous allons identifier les principaux clients de l'Algérie.

Tableau 5: Les principaux clients de l'Algérie 2015/2020

Valeurs en millions USD

Pays	2015	Part (%)	Pays	2016	Part (%)	Pays	2017	Part (%)
ESPAGNE	6 465	17,37	ITALIE	4 779	16,55	ITALIE	5 548	15,97
ITALIE	6 167	16,32	ESPAGNE	3 562	12,33	FRANCE	4 492	12,92
FRANCE	4 921	13,02	USA	3 227	11,17	ESPAGNE	4 142	11,91
G.BRETAGNE	2 883	7,63	FRANCE	3 192	11,05	USA	3 394	9,76
PAYS-BAS	2 281	6,04	BRESIL	1 339	4,64	BRESIL	2 082	5,99
TURQUIE	2 071	5,48	CANADA	1 327	4,59	TURQUIE	1 960	5,64
USA	1 977	5,23	PAYS-BAS	1 282	4,44	PAYS-BAS	1 849	5,32
BRESIL	1 393	3,69	TURQUIE	1 232	4,27	G.BRETAGNE	1 611	4,63
BELGIQUE	1 282	3,39	G.BRETAGNE	1 129	3,91	PORTUGAL	917	2,64
PORTUGAL	1 009	2,67	BELGIQUE	970	3,36	BELGIQUE	892	2,57
TUNISIE	856	2,27	PORTUGAL	820	2,84	INDE	860	2,47
CANADA	748	1,98	TUNISIE	610	2,11	TUNISIE	751	2,16
COREE	671	1,78	MAROC	589	2,04	CHINE	695	2,00
MAROC	667	1,77	SINGAPOUR	542	1,88	COREE	692	1,99
JAPON	602	1,59	INDE	511	1,77	CANADA	665	1,91
Sous Total	34 093	90,22		25 111	86,94		30 550	87,88
Reste du monde	3 694	9,78		3 772	13,06		4 213	12,22
Total Général	37 787	100%		28 883	100%		34 763	100%

Pays	2018	Part (%)	Pays	2019	Part (%)	Pays	2020	Part (%)
ITALIE	6 127	14,88	FRANCE	5 053,50	14,11	ITALIE	3 444,18	14,47
ESPAGNE	5 002	12,15	ITALIE	4 621,53	12,90	FRANCE	3 257,06	13,69
FRANCE	4 631	11,25	ESPAGNE	3 995,38	11,15	ESPAGNE	2 341,37	9,84
USA	3 857	9,37	G.BRETAGNE	2 299,73	6,42	TURQUIE	2 121,44	8,91
G.BRETAGNE	2 771	6,73	E	2 246,97	6,27	CHINE	1 164,82	4,89
TURQUIE	2 318	5,63	TURQUIE	2 193,67	6,12	TUNISIE	1 032,74	4,34
PAYS-BAS	2 250	5,47	USA	1 639,96	4,58	PAYS-BAS	1 025,93	4,31
BRESIL	2 248	5,46	CHINE	1 520,30	4,24	CRECE	821,34	3,45
INDE	1 622	3,94	INDE	1 504,29	4,20	MALAISIE	778,66	3,27
CHINE	1 311	3,18	PAYS-BAS	1 374,27	3,84	BRESIL	726,98	3,05

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

COREE	1 264	3,07	COREE	1 350,82	3,77	BELGIQUE	680,46	2,86
BELGIQUE	1 225	2,98	TUNISIE	1 242,58	3,47	INDE	656,42	2,76
PORTUGA	1 111	2,70	BRESIL	884,03	2,47	ROYAUME-	636,78	2,68
TUNISIE	952	2,31	PORTUGAL	856,96	2,39	UNI	627,03	2,63
MAROC	653	1,59	BELGIQUE	575,27	1,61	MALTE	573,35	2,41
			SINGAPOUR			COREE		
Sous total	37 342	90,71		19 888,57	87,54		31 359,23	83,55
Reste du monde	3 826	9,29		3 908,03	12,46		4 464,31	16,42
Total Général	41 168	100%		23 796,63	100%		35 823,54	100%

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de
<https://www.douane.gov.dz/spip.php?article469>

Tableau 6: Les principaux clients de l'Algérie 2021/2023

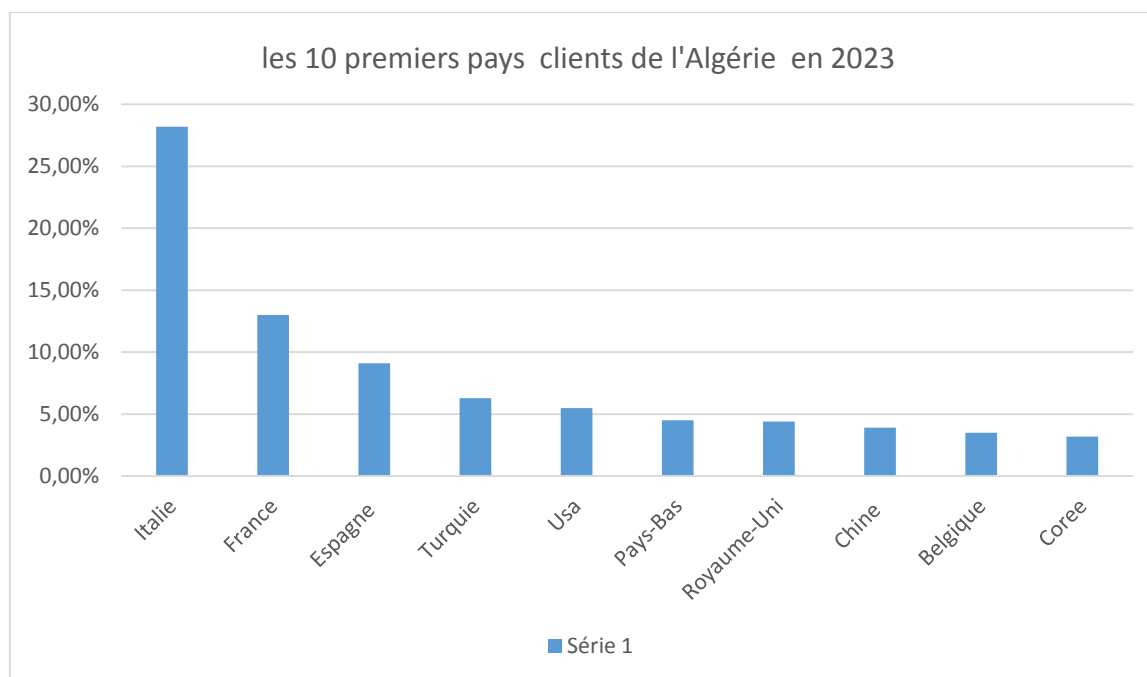
Valeurs en pourcentage (%)

Pays	2021 (%)	Pays	2022 (%)	Pays	2023 (%)
ITALIE	15,2	ITALIE	26,2	ITALIE	28,2
FRANCE	13,3	FRANCE	11,1	FRANCE	13,0
ESPAGNE	12,7	ESPAGNE	9,6	ESPAGNE	9,1
TURQUIE	6,2	PAYS-BAS	5,5	TURQUIE	6,3
PAYS-BAS	6,0	TURQUIE	4,9	USA	5,5
CHINE	4,8	USA	4,2	PAYS-BAS	4,5
USA	4,6	ROYAUME-	3,9	ROYAUME-	4,4
COREE	4,2	UNI	3,7	UNI	3,9
MALTE	3,3	COREE	3,0	CHINE	3,5
ROYAUME -	3,0	CHINE	2,6	BELGIQUE	3,2
UNI		BELGIQUE		COREE	
Sous total	73,3		74,7		81,6
Reste du monde	26,7		25,3		18,4
Total général	100		100		100

Source : Office National des Statistiques. ALGERIE – Décembre 2024-

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Figure 7: Les principaux clients de l'Algérie en 2023



Source : réaliser pas nous-même en se basant sur les données du tableau N° 6.

Selon le tableau précédent qui représente les principaux clients de l'Algérie, on constate que l'Italie, la France et l'Espagne demeurent les principaux clients; en 2015 L'Espagne classée comme premiers partenaires d'une part de 17,37%, puis l'Italie est classée en première place de manière excessive pendant trois années (2016,2017et 2018) avec des parts de (16,55%, 15,97% et 14,88). Durant l'année2019 la France été le principal client de l'Algérie avec une part de 14,11%, les cinq premiers clients de l'Algérie ont réalisé durant l'année 2020, une part de plus de la moitié des exportations algériennes. A ce titre l'Italie est le principal client de l'Algérie avec une part de 14,47%, l'Italie reste le principal client avec une légère augmentation pendant les trois dernières années 15,2% en 2021, 26,2% en 2022 et 28,2 en 2023. Suivie par la France, l'Espagne et la Turquie avec des parts respectives.

5- Répartition des exportations par zone géographique

La répartition des exportations par zone géographique reflète l'orientation du pays vers ses principaux partenaires traditionnels, tout en cherchant à s'étendre à de nouveaux marchés pour diversifier ses partenaires.

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 7: Les exportations algérienne par zone géographique 2015/2022

Valeurs en millions USD

Zone géographique	Valeurs						
	2015	2016	2017	2018	2019	2021	2022
Union européenne	22 976	22 472	20 386	23 999,58	20 484,55	2 193,10	3 712,98
O.C.D.E (Hors U.E)	5 288	6 249	6 465	-	-	418,78	377,64
Autres Pays d' Europe	37	936	40	-	-	-	-
Amérique du Sud	1 683	2 857	2 530	7 042,30	3 884,09	-	-
Asie	2 409	11 709	3 595	5 772,96	-	-	-
Océanie	71	-	-	248,61	-	1,40	5,00
Pays Arabes (Hors U.M.A)	599	1 927	799	-	-	308,57	173,24
Pays du Maghreb Arabe (U.M.A)	1 550	701	1 273	-	-	345,64	252,27
Pays d'Afrique	82	238	103	2 181,85	2 169,65	-	-
Total	34 668	47 089	35 191				

Source : <https://www.douane.gov.dz/spip.php?article469>

Tableau 8: Les exportations algériennes par zone géographique 2015/2023

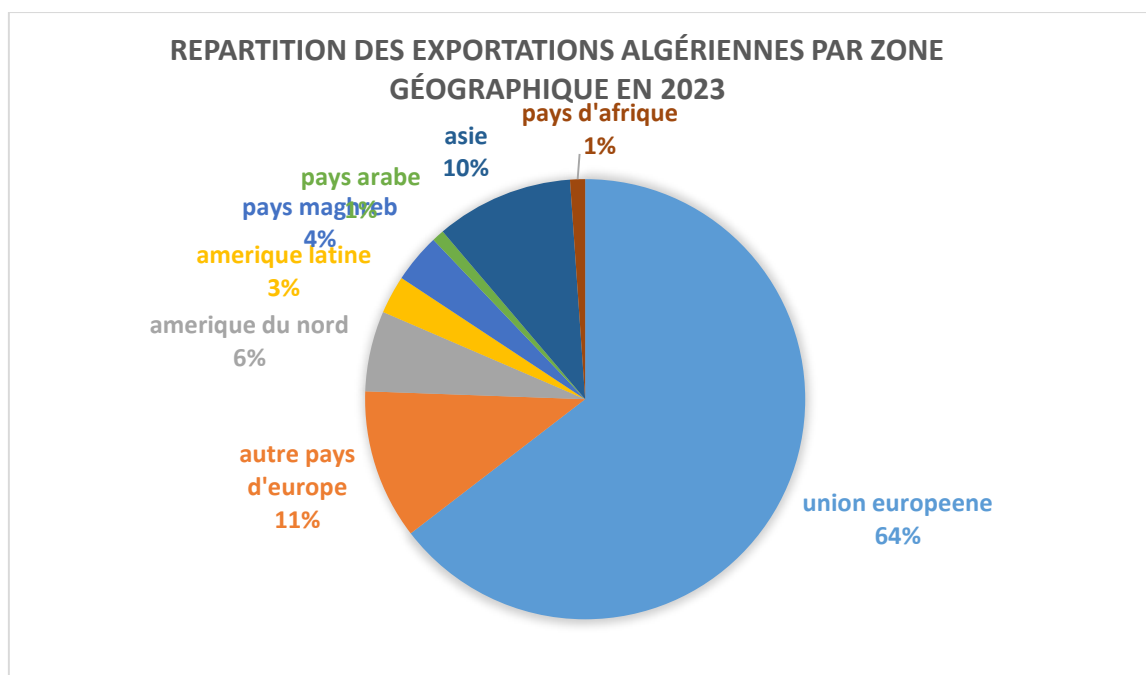
Valeurs en pourcentage(%)

Zone géographique	Part en (%)								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Union européenne	66,27	47,22	57,93	57,46	57,4	53,8	58,0	62,0	64,5
O.C.D.E (Hors U.E)	15,25	13,27	18,37	16,88	-	-	-	-	-
Autres Pays d' Europe	0,11	1,99	0,11	0,10	6,0	12,0	9,9	10,1	11,0
Amérique du Sud	4,85	6,07	7,19	6,46	-	-	-	-	-
Amérique du Nord	-	-	-	-	6,2	2,5	5,5	5,6	5,9
Amerique Latine	-	-	-	-	4,6	3,9	3,2	2,7	2,8
Asie	6,98	24,87	10,22	13,00	16,6	17,6	16,7	14,4	10,1
Pays Arabes (Hors U.M.A)	1,65	4,09	2,27	1,73	2,4	2,3	1,6	1,2	0,9
Pays du Maghreb Arabe (U.M.A)	4,47	1,49	3,62	4,05	5,2	6,7	4,1	2,8	3,6
Pays d'Afrique	0,24	0,51	0,29	0,32	0,3	0,6	0,8	0,9	1,1
Reste du monde	-	-	-	-	1,3	0,6	0,2	0,3	0,0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de <https://www.douane.gov.dz/spip.php?article469> et Office National des Statistiques.
ALGERIE

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Figure 8: Répartition des exportations algériennes par zone géographique



Source : réaliser par nous-même en se basant sur les données du tableau N°8.

En remarque que la majorité des exportations algériennes sont destinées à l'union européenne avec un taux important qui est de 64,5% et aussi a d'autres pays d'Europe d'une part de 11%, l'Asie est classée à la troisième place avec un pourcentage de 10,1%.

En ce qui concerne les pays d'Afrique l'Algérie exporte avec une valeur très faible qui est de 1%.

Pour conclure, les exportations de l'Algérie ont changé avec le temps. Même si elles ont un peu augmenté, elles restent faibles, donc il faut encore faire des efforts pour les améliorer.

Section 02 : analyse de la dynamique des exportations hors hydrocarbures en Algérie cas des produits agricoles

Dans cette section, nous allons analyser la dynamique des exportations hors hydrocarbures, en mettant l'accent sur les produits agricoles. Nous étudierons l'évolution de ces exportations au cours des dernières années, les principaux produits concernés, les marchés de destination.

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

1- présentation du produit agricole

A l'égard du commerce et de la consommation, les produits agricoles peuvent se ranger en deux grandes classes, dont les frontières sont assez bien délimitées: les produits alimentaires d'une part; et les produits industriels d'autre part.⁶⁶

Le secteur de l'agriculture en Algérie est un secteur clé et il est un pilier majeur de l'économie nationale vue sa contribution à l'emploi et au PIB nationaux.

Il occupe une population de 2,6 millions comme main-d'œuvre agricole qui représente plus de 74% des actifs du monde rural et 24% de la main d'œuvre nationale. En outre, il permet de garantir la sécurité alimentaire du pays en couvrant plus de 74% des besoins nationaux en produits agricoles.⁶⁷

1-1- Evolution de l'exportation des produits agricoles dans le total des exportations.

Les exportations agricoles représentent une part marginale des exportations totales de notre pays. Leur évolution est illustrée dans le tableau ci-dessous.

Tableau 9:L'évolution des exportations agricoles durant la période 2006/2017

Valeurs en millions USD

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Exportations totale	54 613	60 163	79 298	45 194	57 053	73 489	71 866	64 974
Exportations des produits agricoles	88,03	98,63	127,48	116,32	319,9	358,82	320,01	405,25
% de produits agricole	0.16 %	0.16 %	0.16 %	0.26 %	0.56 %	0.49 %	0.45 %	0.62 %

2014	2015	2016	2017
62 886	34 668	30 026	35 191
325,96	237,32	331,01	352,29
0.52 %	0.68 %	1.10 %	1.00 %

⁶⁶ Aimé Perpillou, (1961), « Le commerce international des produits agricoles » Édition FeniXX réédition numérique, p 35.

⁶⁷ <https://aapi.dz/secteur-de-lagriculture/> Consulté le 25/05/2025 à 12 :40

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des données de <https://www.douane.gov.dz/spip.php?article469> et l'analyse de Mr **Sahali Nourredine**, « Analyse de l'évolution des performances du secteur agricole et du commerce extérieur des produits alimentaires en Algérie durant deux décennies : 2000-2019 » Vol. 15, N°1 : (2021), p 1031

Dans le tableau ci-dessus, qui représente L'évolution des exportations agricoles de l'Algérie durant la période 2006-2017, on remarque que ces exportations restent limitées. Deux phases peuvent distinguées :

- la première, de 2006 à 2009, ou les exportations des produits agricoles restent modestes, atteignant un maximum 127 millions de dollars en 2008. Leur part dans les exportations hors hydrocarbures varie alors entre 0.16% et 0.26%. Ce faible niveau s'explique par le manque d'offre des produits agricoles adaptée à l'exportation et peu compétitive sur les marchés étranger.
- La deuxième commence à partir de 2010, ou l'on constate une amélioration. Les exportations des produits agricoles dépassent alors les 300 millions de dollars par an, atteignant 358,82 millions de dollars en 2011. Durant cette période la part des exportations agricoles dans le totale des exportations hors hydrocarbures augmente légèrement, passant de 0.49% en 2011 à 1.10% en 2016, cela montre que l'Algérie cherche à mieux valoriser ses produits agricole à l'échelle international.

Enfin, malgré cette progression, les exportations des produits agricoles restent encore faibles.

1-2- Les principaux produits agricoles exportés par l'Algérie

L'Algérie exporte plusieurs produits agricoles vers différents pays, telles que

1-2-1- Dattes

L'Algérie occupe une place importante parmi les pays producteurs et exportateurs de dattes dans le monde. Mieux encore, elle se classe au premier rang en termes de qualité, grâce à la célèbre variété Deglet Nour.

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

1-2-2- Les agrumes

Les oranges, les mandarines et les citrons d'Algérie sont très recherchés pour leur saveur agréable et leur richesse en jus.

1-2-3- Légumes (frais et transformés)

Notamment des légumes frais tels que les tomates, les poivrons et les concombres, ainsi que des produits transformés comme les conserves et les sauces

1-2-4- Huiles d'olive

L'Algérie figure parmi les dix premiers pays producteurs d'huile d'olive au monde, avec environ 90.000 tonnes.⁶⁸

1-2-5- La pomme de terre

Est cultivée dans plusieurs régions d'Algérie, avec une production possible presque toute l'année grâce au climat méditerranéen.

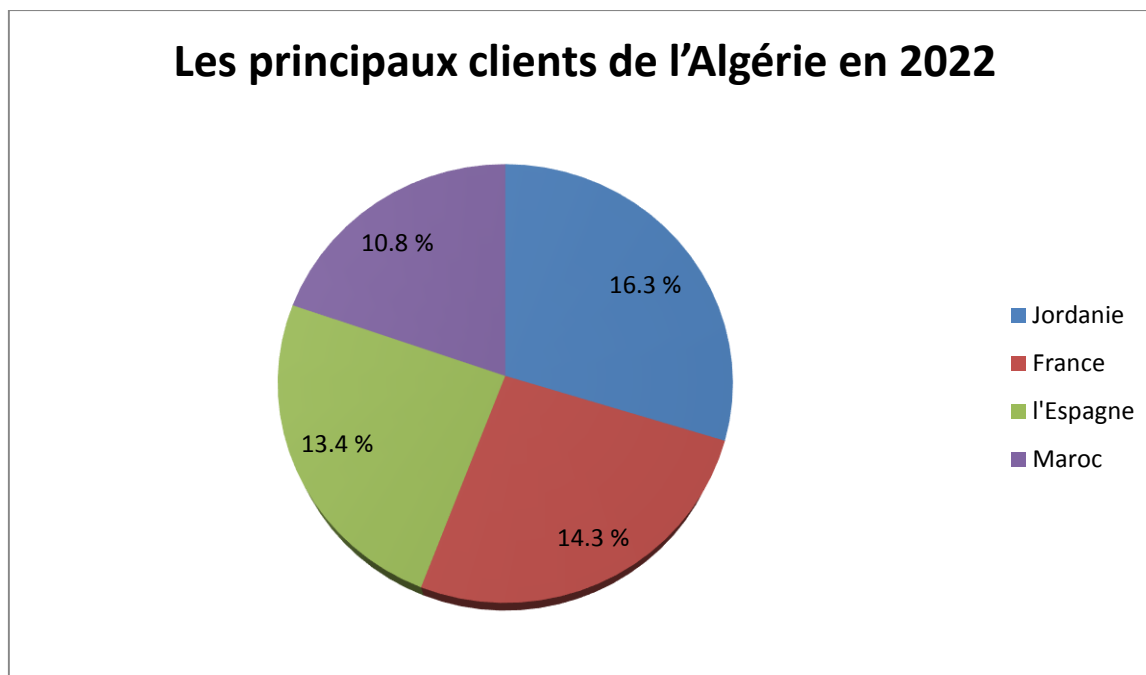
1-3- Les principaux pays de destination des exportations agricoles algériennes

Les produits agricoles algériens sont exportés vers une multitude de pays. La figure ci-dessous présente les principaux partenaires à l'exportation.

⁶⁸ <https://www.tsa-algerie.com/ces-deux-types-dhuile-dolive-sont-presque-entierement-exportes-par-lalgerie/>
Consulté le 25/05/2025 à 19 :41

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Figure 9: Principaux pays importateurs des produits agricoles algériens



Source : Etablie par nous-même à partir des données de <https://agriculture.gouv.fr/telecharger/132329>

La figure ci-dessus, présente les principaux pays clients des exportations agricoles algériennes pour l'année 2022. On remarque que la Jordanie occupe la première position avec 16.3%, ce qui reflète l'importance de ce pays comme partenaires commerciale dans ce secteur. En deuxième position on trouve la France avec une part de 14.3%, puis l'Espagne avec 13.4% et enfin le Maroc avec 10.8%.

Ces données montrent que l'Algérie exporte surtout vers quelques pays voisins et partenaires proches. Cela met en avant l'importance de renforcer ces relations, tout en cherchant à élargir les marchés pour mieux valorisé les produits agricoles algériens.

2- Les dattes

Les dattes occupent une place importante sur le marché des produits agricoles et constituent l'une des cultures commerciales les plus importantes, en particulier pour les petits agriculteurs. Elles constituent également un produit stratégique dans les pays d'Afrique du Nord

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

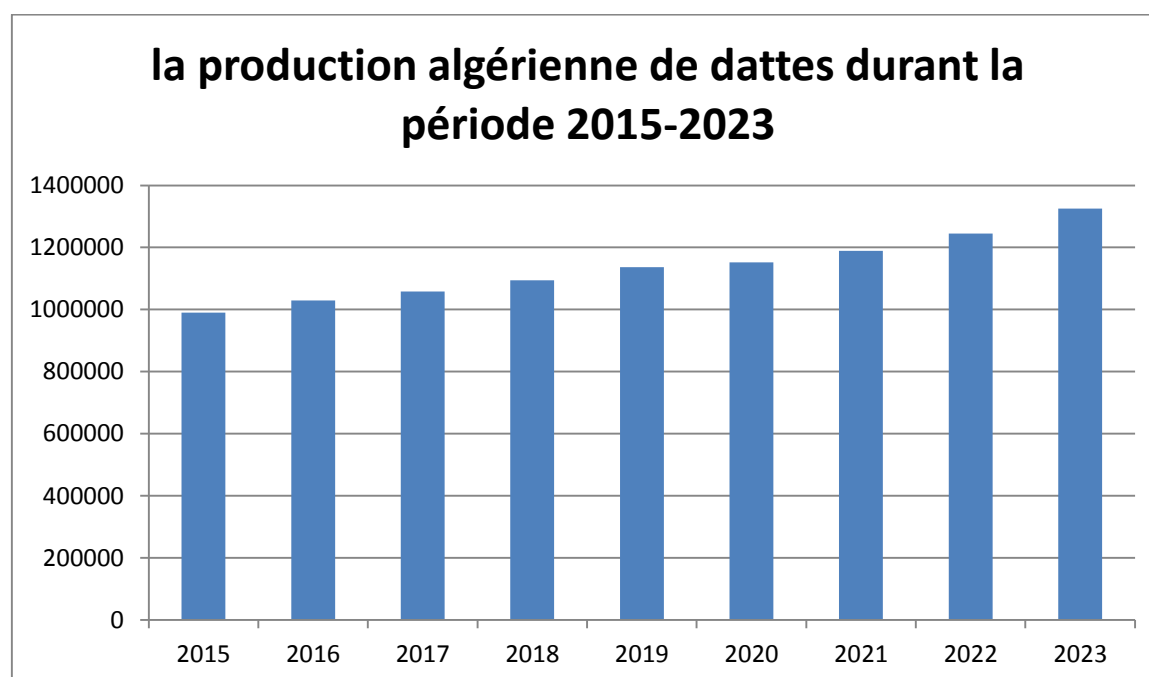
2-1- La production de dattes en Algérie

La production des dattes en Algérie représente un secteur clé de l'agriculture nationale. Avec une histoire et une tradition ancienne dans ce domaine.

2-1-1- L'évolution la production algérienne de dattes durant la période 2015-2023

L'Algérie a enregistré une progression remarquable dans la production de dattes, marquée par une augmentation notable des volumes produits. La figure ci-dessous présente l'évolution de la production algérienne de dattes durant la période 2015-2023

Figure 10: La production des dattes algériennes (2015-2023)



Source : établi par nous-même à partir des données de <https://www.fao.org/faostat/fr>

Selon la figure n°10 on observe que la production de dattes a marqué une progression significative au fil des années. En 2015, la production de ce produit s'élevait à 990377 tonnes, pour atteindre 1324767.01 tonnes en 2023. Cela signifie que le secteur des dattes se développe de manière positive et que les autorités algériennes multiplient les efforts pour soutenir ce domaine.

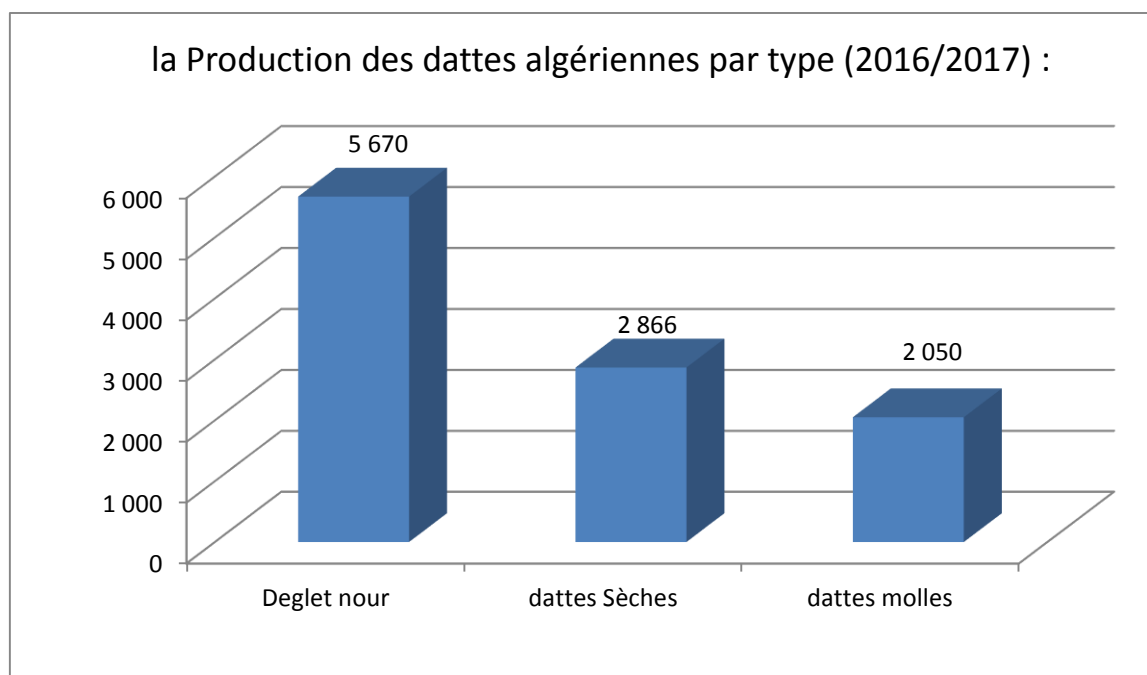
CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

2-2- La production de dattes par type :

L'Algérie produit une grande variété de dattes dans ses différentes wilayas. La figure suivante met en évidence trois variétés particulièrement renommées.

Figure 11: La production des dattes algériennes par type (2016-2017)

Millions quintaux



Source : <https://fr.statista.com/statistiques/991013/production-totale-de-dattes-par-type-algerie>

La figure ci-dessous montre le volume de la production des dattes algériennes par type pour la récolte 2016/2017. On constate que la production totale de datte de type « Deglet Noir » s'élève à près de 6000 millions quintaux, tandis que celle de « Dattes Séchées » atiens environ 3000 millions de quintaux, et celle des dettes moule environ de 2000 millions de quintaux.

2-3- Les exportations algériennes de dattes

En 2023, les exportations algériennes de dattes ont atteint 149 389,51 tonnes, ce qui montre l'importance de ce produit pour l'économie du pays.

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

2-3-1- La part des exportations algériennes de dattes dans le monde

Dans la figure suivante, nous allons montrer les dix principaux pays exportateurs de dattes en 2023

Figure 12: Les dix principaux pays exportateurs de dattes en 2023



Source : https://www.fao.org/faostat/fr/#rankings/countries_by_commodity_exports

L'Algérie se classe à la 5e place mondiale en termes d'exportation de dattes après l'émirat arabe unis en 2023, avec 149 390.51 tonnes exportées. Pourtant, elle est le troisième plus grand producteur au monde, avec une production de plus de 1,3 million de tonnes. Cela montre que l'Algérie exporte une petite partie de sa production, environ 11,5 % seulement.

2-3-2- Evolution des exportations de dattes

La datte est un produit important pour l'agriculture algérienne, mais seulement 11.5 % de la production est exportée. Le tableau suivant présente l'évolution des exportations de dattes entre 2015 et 2023.

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 10:L'évolution des exportations algérienne de dattes 2015/2023

Valeurs en 1000 USD

Années	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Valeurs	34 798	37 702	52 337	95 356	93 561	117100	119754	110260	117212

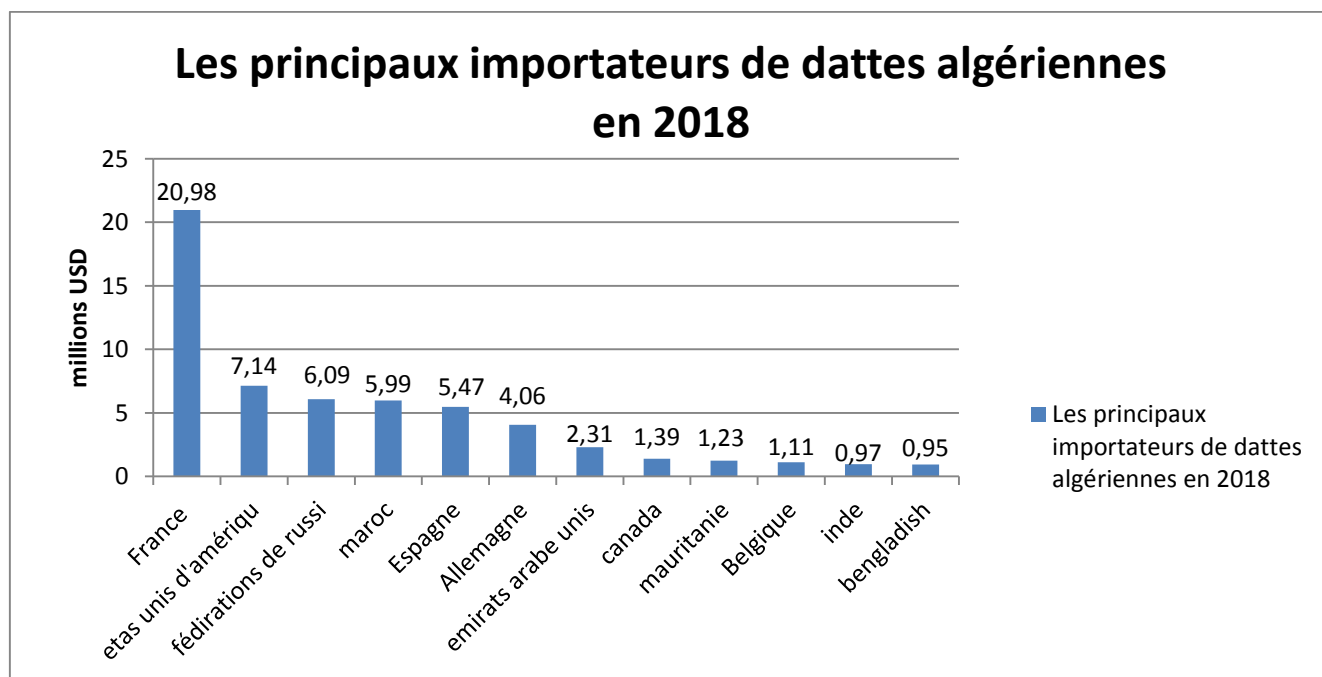
Source : Etablie par nous-même à partir des données de <https://www.fao.org/>

Le tableau ci-dessous montre l'évolution des exportations algériennes de dattes entre 2015 et 2023. On constate une augmentation importante au fil des années. En 2015, la valeur des exportations était de 34 798 milliers USD, et elle a atteint 117 212 milliers USD en 2023.

Cette augmentation est marquée entre 2016 et 2018, où les exportations ont presque doublé. En 2019, les exportations ont légèrement baissé, suivie d'une reprise en 2020 et 2021. En 2022, on note une petite baisse, mais la valeur a de nouveau augmenté en 2023.

2-3-3- Les principaux pays importateurs de dattes algériennes

Figure 13: Les pays importateurs de dattes algériennes



Source : établit par nous-même à partir des données du mémoire LARBI Karima Mr et MENACER Karima « Exportations hors hydrocarbures en Algérie : cas des produits agricoles», UMMTO, promotion 2019/2020, p 77.

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

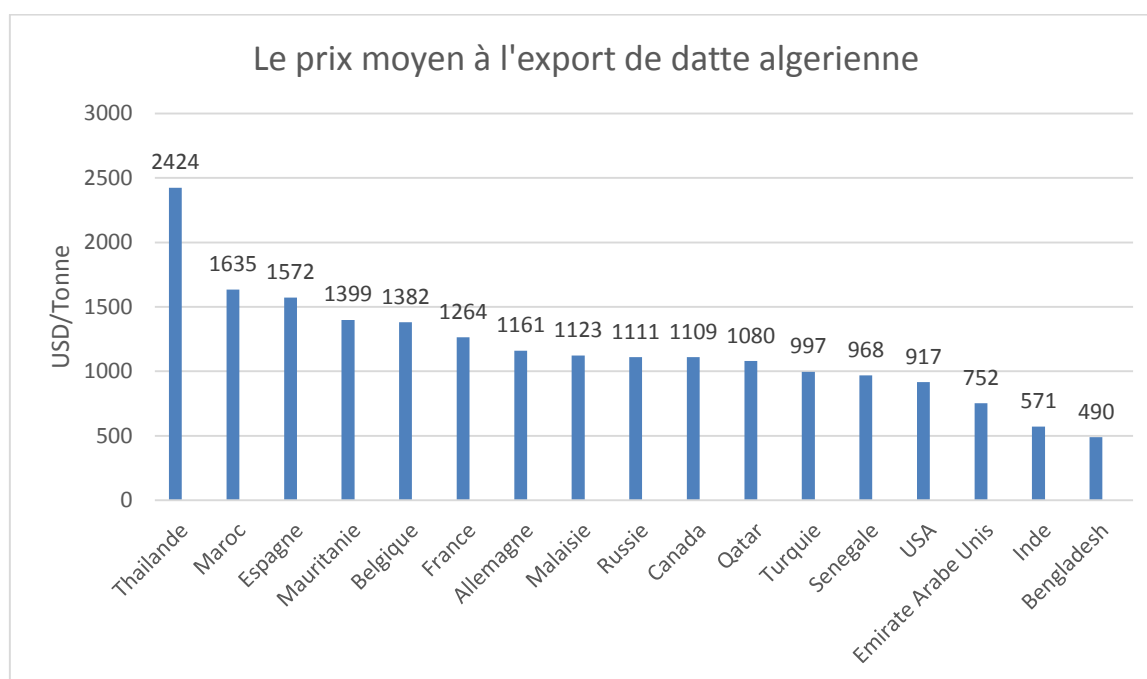
La figure N°13 représente les pays tops à l'exportation de datte algérienne en 2018. La France est le premier importateur des dattes avec 20,98millions USD de l'importation mondial, suivie par les USA (7,14 millions), la Russie (6,09 millions).

L'Algérie exporte qu'à deux pays d'Afriques, le Maroc 5,99 millions et vers la Mauritanie 1,23 millions.

2-3-4- Le prix unitaire à l'export de datte algérienne :

Dans la figure suivante, nous allons montrer Les prix unitaire à l'export de dattes algériennes

Figure 14: Les prix unitaire à l'export de dattes algériennes



Source : établi par nous-même à partir des données du mémoire LARBI Karima Mr et MENACER Karima « Exportations hors hydrocarbures en Algérie : cas des produits agricoles», UMMTO, promotion 2019/2020, p 78.

Dans la figure N°14 en remarque que l'Algérie exporte vers la Thaïlande à un prix maximal sui est de 2424 USD/Tonne, et vers le Bangladesh a un prix minimum qui est de 490 USD/Tonne.

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

3- La pomme de terre

La pomme de terre est devenue l'une des cultures les plus importantes pour la consommation locale en Algérie. Elle est cultivée dans différentes régions du pays et peut être plantée et récoltée presque toute l'année. Sa production est particulièrement développée sur la côte méditerranéenne, où le climat tempéré favorise sa culture en continu.

3-1- La part de la production algérienne de pomme de terre dans le monde

Dans le tableau suivant, nous allons montrer Les vingt principaux pays producteurs de pomme de terre en 2021

Tableau 11:Les vingt principaux pays producteurs de pomme de terre en 2021

Pays	Productions (tonnes)	Superficie en hectares
Chine, continentale	94350000	5 782 738
Inde	54230000	2 248 000
Ukraine	21356320	1 283 200
Etats unis d'Amérique	18717000	378 670
Fédération de Russie	18295535.1	1 142 111
Allemagne	11312100	258 300
Bangladesh	9887242	468 699
France	8987220	211 590
Pologne	7081460	235 830
Pays bas	6675590	159 040
Egypte	6273931	262 706
Canada	6152723	154 169
Pakistan	5872960	234 320
Pérou	5702349.88	330 604
Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord	5127386.91	137 000
Turquie	5100000	138 513

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Algérie	4360880	136 855
Belgique	3871470	89 920
Brésil	3853464	116 422

Source : Etablie par nous-même à partir des données de <https://www.fao.org/faostat/fr/> et <https://atlasbig.fr/>

Le tableau ci-dessous montre Les vingt principaux pays producteurs de pomme de terre en 2021. On constat que l'Algérie fait partie de ces pays, avec une production d'environ 4,36 millions de tonnes. Elle occupe la 17^e place après la Turquie.

Même si d'autres pays comme la Chine, l'Inde ou les États-Unis produisent beaucoup plus, l'Algérie a une production importante, surtout à l'échelle africaine.

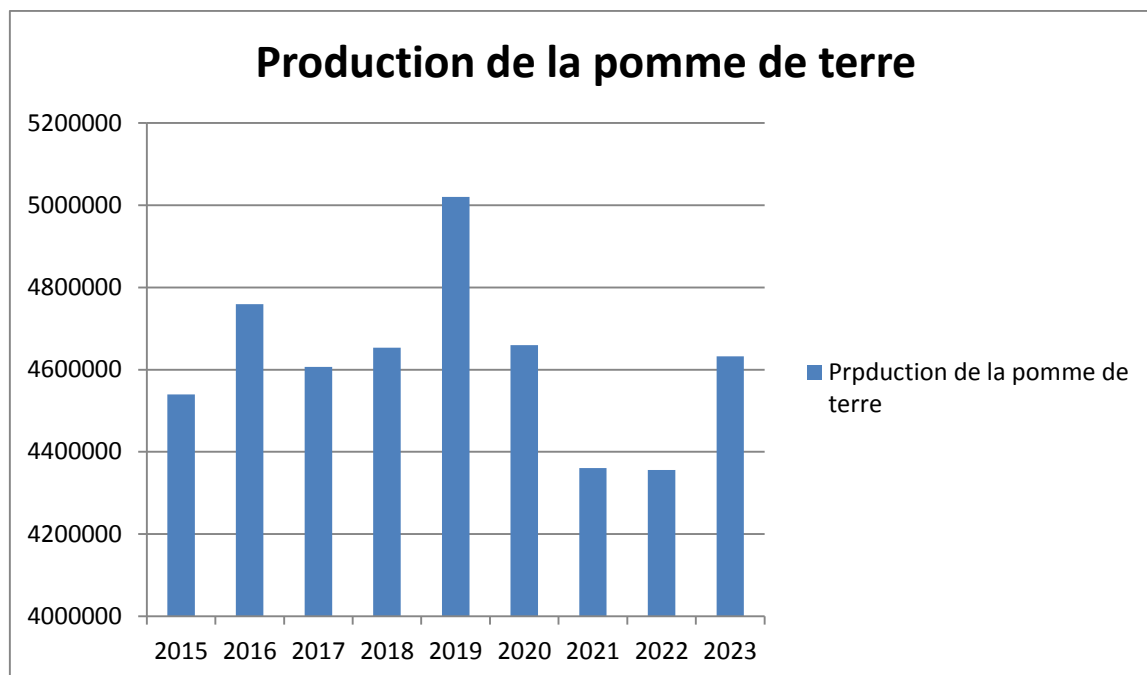
La pomme de terre est cultivée sur une superficie d'environ 136 855 hectares. Cependant, certains pays, comme les Pays-Bas, produisent plus avec moins de terres. Cela montre que Algérie, elle peut s'améliorer le rendement par hectare.

3-2- la production de la pomme de terre en Algérie :

Dans la figure suivante, nous allons montrer L'évolution de la production de pomme de terre en Algérie durant la période 2015/2023

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Figure 15: L'évolution de la production de pomme de terre en Algérie durant la période 2015/2023 (En tonne)



Source : Etablie par nous-même à partir des données de <https://www.fao.org/faostat/fr/>

La figure ci-dessous montre l'évolution de la production de la pomme de terre en Algérie entre 2015 et 2023. On constate une augmentation de la production entre 2015 et 2019, atteignant un maximum de 5020249 tonnes en 2019. Ensuite, la production diminue progressivement jusqu'en 2022, atteignant 4356127.74 tonnes. En 2023, une petite hausse est enregistrée avec 4632151.71 tonnes.

3-3- Les variétés de pomme de terre les plus cultivées en Algérie

En Algérie, il existe deux types de pommes de terre : les variétés à peau blanche et celles à peau rouge. Chaque type comprend plusieurs variétés, avec des noms différents. Le tableau ci-dessous présente les principales variétés de pommes de terre cultivées dans le pays.

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 12: Les principales variétés de pomme de terre cultivées en Algérie

Variétés à peau blanche						Variétés à peau rouge		
Spunta	Fabula	Nicola	Diamant	Timate	Atlas	Bartina	Désirée	Kondor

Source : ITCMI 022 « Fiches techniques valorisées des cultures maraîchères et Industrie », La culture de POMME DE TERRE, p2.

Le tableau montre les principales variétés de pommes de terre cultivées en Algérie. Ces variétés sont classées en deux groupes : celles à peau blanche et celles à peau rouge.

Les variétés à peau blanche sont plus nombreuses, avec des noms comme Spunta, Fabula, Nicola, Diamant, Timate et Atlas. Cela montre qu'elles sont les plus cultivées dans le pays, grâce à leur bon rendement et de leur adaptation au climat algérien.

Les variétés à peau rouge, comme Baraka, Désirée et Kondor, sont moins nombreuses.

Ce classement aide à mieux comprendre les types de pomme de terre cultivés en Algérie.

3-4- Zones de production de la pomme de terre en Algérie

La pomme de terre est cultivée dans plusieurs régions d'Algérie, surtout dans le littoral, le sublittoral, l'Atlas tellien et les hautes plaines.

- **Culture primeur :** Boumerdes, Tipaza, Skikda, Alger, Mostaganem, Tlemcen
- **Culture de saison :** Ain Defla, Mascara, Mila, Souk ahras, Boumerdes, Mostaganem, Sétif, Tizi Ouzou, Tiaret, Tlemcen, Batna, Chlef, Bouira, El-Oued.
- **Culture de fin saison :** Ain Defla, Mascara, Guelma, Chlef, El Oued, Tlemcen, Mostaganem, Djelfa.⁶⁹

3-5- la commercialisation de la pomme de terre

Selon des bilans récents du ministère algérien de l'Agriculture et du Développement rural, la production de la pomme de terre avoisine annuellement les 50 millions de quintaux (Mq),

⁶⁹ ITCMI 022, « Fiches techniques valorisées des cultures maraîchères et Industrielles » p 03.

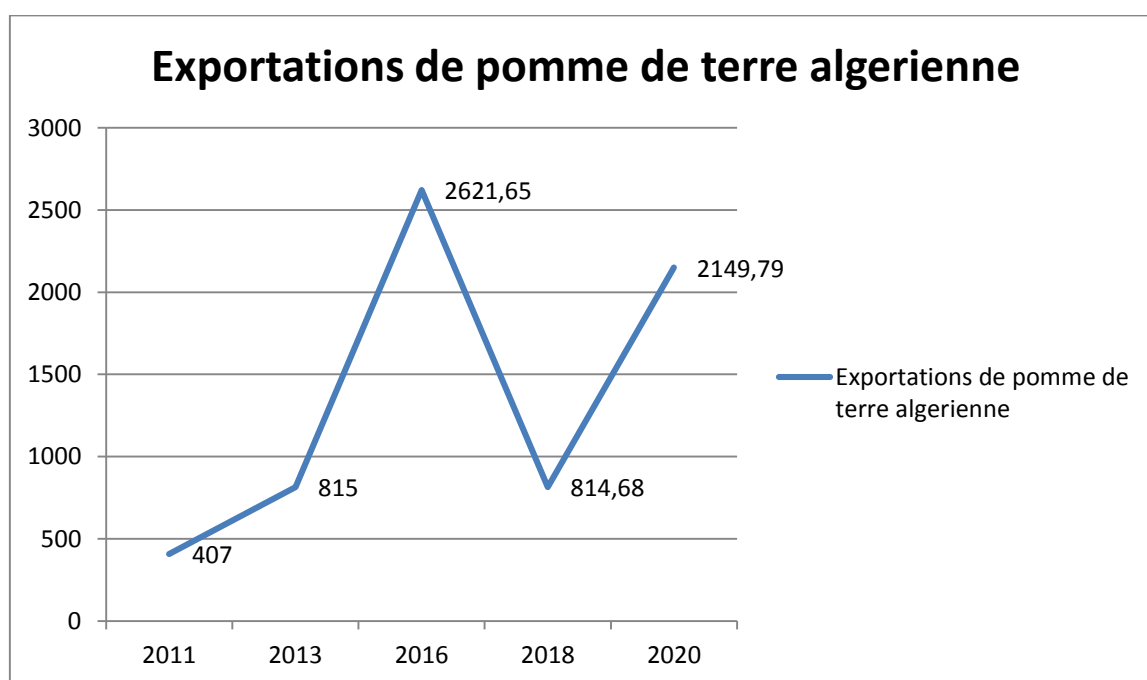
CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

pour une valeur financière de près de 250 millions de dinars. Avec ce niveau de production et des rendements oscillant entre 200 et 250 q/ha, la production de la pomme de terre a quasiment quadruplé depuis le lancement des premiers plans de soutien à l'agriculture au début des années 2000.⁷⁰

3-6- Les exportations de la pomme de terre

Les exportations de pommes de terre algériennes restent faibles, avec une petite quantité envoyée vers les pays comme la France, la Tunisie et l'Espagne. La figure ci-dessous montre l'évolution des exportations de pomme de terre.

Figure 16: L'évolution des exportations de pomme de terre algérienne durant la période 2011/2020



Source : Etablie par nous-même à partir des données de nou<https://www.fao.org/faostat/fr>

La figure montre l'évolution des exportations de pomme de terre algérienne durant la période 2011 et 2020. En 2011, l'Algérie a exporté environ 407 tonnes. Ce chiffre a doublé en 2013 pour atteindre 815 tonnes. En 2016, les exportations ont augmenté à environ 2 621 tonnes. Ensuite, elles ont baissé à 815 tonnes en 2018, puis ont légèrement remonté en 2020 à environ

⁷⁰ <https://www.afrique-agriculture.org/articles/filieres/la-pomme-de-terre-dans-tous-ses-etats>

CHAPITRE 03 : ETUDE DESCRIPTIVE ET ANALYTIQUE DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

2 150 tonnes. Cela montre que les exportations restent encore instables, avec des hausses et des baisses successives au fil des années.

En conclusion, les exportations agricoles hors hydrocarbures de l'Algérie ont connu une certaine amélioration ces dernières années. Cependant, leur part reste encore faible, ce qui montre qu'il faut plus d'efforts pour valoriser et développer ce secteur à l'international.

Conclusion :

Le commerce extérieur algérien hors hydrocarbures est en plein dynamique de croissance, grâce à une politique de diversification économique en particulier dans le secteur agricole, cette évolution traduit les efforts du gouvernement algérien pour renforcer la compétitivité de l'agriculture et réduire la dépendance aux hydrocarbures tout en répondant aux défis liés à la mondialisation du secteur et à l'amélioration de la qualité des produits exportés, mais qui représente une part faible dans les exportations hors hydrocarbure.

Conclusion général

Nous avons essayé tout au long de ce travail de présenter une partie dans un domaine du commerce extérieur dans la mesure de clarifier la situation des exportations algériennes notamment le secteur hors hydrocarbures. L'étude a cherché à apporter les éléments de réponse à l'objet de notre travail qui consiste à étudier et analyser l'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie durant la période «2006-2023».

Notre travail avait pour objectif d'étudier les exportations hors hydrocarbures en Algérie malgré sa part modeste dans les exportations.

Notre étude c'est déroulé en trois chapitres, le premier chapitre à la présentation de la généralité du commerce international et l'identification des différentes théories. Dans le deuxième chapitre nous avons essayé en premier lieu de parler sur les organismes d'aide et de soutien mis à disposition pour l'accompagnement des entreprises exportatrices, en deuxième lieu nous avons vu les relations de l'Algérie à travers les différents accords commerciaux. Nous avons vu aussi que la situation actuelle fait ressortir des obstacles par lesquels les exportateurs algériens sont fortement menacés, ainsi de nombreuses contraintes qui freinent leurs activités à l'export. Dans le troisième chapitre nous avons essayé d'analyser l'évolution des exportations hors hydrocarbures ou en c'est concentré sur le secteur agricoles.

La dépendance aux hydrocarbures peut poser un véritable problème à long terme en raison des fluctuations des prix et elles sont considérées comme étant une ressource naturelle non renouvelable et cela peut induire à une instabilité de l'économie algérienne.

La situation actuelle des exportations algériennes hors hydrocarbures est en croissance notable mais encore limitées en volume de diversification. Cependant, les produits exportés sont concentrés sur quelques secteurs clés. Cette concentration sectorielle dénote une complexité limitée des exportations algériennes hors hydrocarbure.

Afin de favoriser les exportations hors hydrocarbures, les pouvoirs publics ont instauré des mesures tels que la création de nouvelles instances dédiées à la régulation des exportations suite à la dissolution de l'ancienne agence ALGEX ces structure moderne visent à simplifier les procédures, soutenir la production nationale et améliorer la compétitivités des

CONCLUSION GENERALE

produits algériens sur les marchés étrangers, ainsi la participation active à des salons internationaux pour ouvrir de nouveaux débouchés à l'export, la réduction des frais de transport ou l'exportateur paie que la moitié des frais le reste est pris en charge par le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations dans le but de réduire les couts logistique en particulier pour les produits agricoles périssables, la numérisation des procédures douanières grâce à la mise en place d'un guichet unique et de la plateforme Algerian Customs Electronic System (ALCES) ou les formalités d'exportations sont plus rapides transparentes et accessibles à distances. L'Algérie a conclu des accords internationaux afin de renforcer la compétitivité et encourager les investissements locaux et améliorer les conditions économiques pour les producteurs nationaux.

Nous avons effectué une étude empirique pour pouvoir apporter des réponses à notre problématique ou on a obtenu les résultats suivants :

Les exportations d'hydrocarbures représentent 90,9% de la totalité des exportations algériennes, les exportations hors hydrocarbures n'ont atteint que 9,50% en 2023 composés : des demi-produits avec 3977 millions USD, des biens brutes avec 541 millions USD et des biens alimentaires avec 45millionsUSD et les biens d'équipement agricoles avec 3millions USD demeurent marginales par rapport aux exportations totales

La balance commerciale de l'Algérie a enregistré un déficit de (-10 595,04), tandis que durant la période 2022et 2023 les exportations enregistrent une forte hausse ce qui permet a l'Algérie de réalisé un excédent commerciale important de 26 769 millions de dollars en 2022 et 12 712 millions en 2023.

En 2023, le principal partenaire commercial de l'Algérie avec qui elle réalise plus de la moitié des échanges commerciaux avec 64,5%. L'Italie a maintenu sa place de premier client du pays avec 28,2%.

Cependant notre travail, comme tous les autres n'est pas parfait, les limites de base qu'on peut citer c'est la limite de temps pour la réalisation de ce mémoire et aussi l'absence d'observation directe notre mémoire repose seulement sur une analyse documentaire et statistique ce qui a limité l'accès à des données récente, détaillées et parfois inaccessible pour cela une autre problématique de recherche s'ouvre, à savoir :

❖ Quels sont les facteurs déterminants la faible diversification des exportations algériennes et comment peut-on accélérer la transition vers une économie hors hydrocarbures ?

Bibliographie

Ouvrages

- Aimé Perpillou, (1961), « Le commerce international des produits agricoles » Édition FeniXX réédition numérique.
- Collectif, (2018), « Devenez un as du marketing », Lemaître Editions, p 04.
- Désiré Loth « L'essentiel des techniques du commerce international » édition « publibook » ,2009.
- Dominick salvador « Économie internationale », édition De Boeck Supérieur, 2008.
- Jaime de Melo – Jean-Marie Grether, A (1997), «commerce international théories et applications » éditions De Boeck.
- Jégou-Mellinger Véronique Économie, « Sociologie et Histoire du monde contemporain (ESH). Réussir sa 1re année ECE », Editions Ellipses, 2016.
- Peter Lanore « La Chaîne De Valeurs De Porter, Analyse de la création de valeur et de l'avantage concurrentiel », Édition :MustRead , paris 2023
- Philippe Deubel. Marc Montoussé. Serge D'agostino «Dictionnaire des auteurs en sciences économiques et sociales» Edition Bréal, Rosny 2003
- Philippe Deubel, Marc Montoussé, Serge d'. Agostino · « Dictionnaire de sciences économiques et sociales » Editeur : bréal 2008
- UNESCO « L'industrie du film en Afrique Tendances, défis et opportunités de croissance » Edition : UNESCO Publishing · 2021.

Thèses

- ABIDI, M. (2018), [Le Financement des Exportations Hors Hydrocarbures en Algérie « Cas d'une Opération d'exportation au niveau de l'AHB Alger »], Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.
- BOUAZIZ Kenza « Etude de l'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie : cas de l'entreprise portuaire d'Alger (l'EPAL) » Mémoire de Master en

Sciences Commerciales option : Finance et commerce international. Promotion, UMMTO, 2022/2023.

- BOUREMMA Mina, MAHTOUT Siham, « Les contraintes de développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie Cas ENIEM Tizi-Ouzou », UMMTO, promotion 2021
- DJEBBAR, F. (2020). [L'adhésion de l'Algérie à la Grande Zone Arabe de Libre Echange (GZALE) : Impacts et perspectives], Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.
- Ghezlaoui Mellissia, Djouabi Samir, « Le financement du commerce international par le crédit documentaire, Cas : agence BEA 098 », Mémoire de fin de cycle En vue de l'obtention du diplôme de mater en finance et comptabilité, UMMTO, 2023.
- LARBI Karima et MENACER Karima « Exportations hors hydrocarbures en Algérie : cas des produits agricoles » Mémoire de Master en Sciences Commerciales option : Finance et Commerce International. UMMTO, Promotion 2019/2020.
- TOULAIT Chahrazed, KIHHEL Fatiha, « La logistique et le transport dans le commerce extérieur », Mémoire de fin d'étude en vue d'obtention du diplôme de Master en sciences commercial, UMMTO 2023/2024.

Sites web

- <https://www.icd-ecoles.com>
- <https://www.larousse.fr>
- <https://www.insee.fr/>
- <https://www.eurofiscalis.com/lexiques/balance-commerciale/>
- <https://www.sendcloud.fr>
- https://www.academia.edu/10277953/La_remise_documentaire
- <https://wp.unil.ch/bases/2013/04/adam-smith-et-les-avantages-absolus/>
- <https://blog.hubspot.fr/marketing/avantage-comparatif>
- [https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/537f170019716.pdf.](https://d1n7iqsz6ob2ad.cloudfront.net/document/pdf/537f170019716.pdf)
- <https://business.adobe.com/fr/blog/basics/product-life-cycle-stages-and-how-to-use-them#>
- <https://agicap.com/fr/article/definition-economies-dechelle/>
- <https://wp.unil.ch/bases/2013/05/rendements-dechelle/>
- <https://moodle.luniversitenumérique.fr/mod/book/tool/print/index.php?id=3503>
- <https://ses.webclass.fr/notions/differenciation-produits/>
- <https://www.algex.dz/fr>

- <https://www.commerce.gov.dz>
- <https://www.cagex.dz/>
- <https://anexal.dz>
- <https://formations.caci.dz/>
- <https://elmouchir.caci.dz>
- <https://www.douane.gov.dz>
- www.mfa.gov.dz
- <https://cacqe.dz>
- <https://elwatan-dz.com>
- <https://legal-doctrine.com>
- <https://archive.uneca.org/fr>
- <https://www.mfa.gov.dz/fr>
- <https://www.bank-of-algeria.dz>
- <https://www.ilboursa.com>
- <https://www.aps.dz>
- <https://aapi.dz/secteur-de-lagriculture/>
- <https://agriculture.gouv.fr>
- <https://fr.statista.com>
- www.fao.org
- <https://atlasbig.fr/>

Articles et rapport

- Vujisic, M. (2006), « Les nouvelles théories du commerce international », Centre de Ressources en Économie-Gestion – Académie de Versailles,
- CHIKH Nadja, « les dispositifs d’incitation à la promotion des exportations hors-hydrocarbures en Algérie : constat et analyses », UMMTO, le 26/05/2018.
- Fonds monétaire international. (2006). Algérie : Consultations de 2005 au titre de l’article IV – Rapport des services et autres documents. Rapport du FMI No. 06/93.
- Abbas M. (2009). L’accession de l’Algérie à l’OMC entre ouverture contrainte et Ouverture maîtrisée. CREAD, OMC, CEA, CNUCED, Ministère du commerce, Algérie. Halshs-00387925.
- BOUDIFA Hakima « OPPORTUNITÉS ET CONTRAINTES POUR LES EXPORTATIONS ALGERIENNES INTRA AFRICAINES » Publie le 01/01/2023.

- TOUHOUCHE Rayhane, IZNASNI Ali « Analyse de l'évolution des exportations hors hydrocarbures (2015-2020) », V°19 / N° 1/ Juin 2023.
- ITCMI 022, « Fiches techniques valorisées des cultures maraîchères et Industrielles »

Textes réglementaires

- Décision interministérielle n°130 du 10-12-2002 modifiant et complétant les dispositions de la décision interministérielle n°767 du 24 octobre 2001, portant soutien de l'Etat aux exportations des dattes

Table des matières

I. Remerciement et dédicace

II. Liste des tableaux

III. Liste des figures

IV. Liste des abréviations

V. Sommaire

Introduction générale.....	1
Chapitre 01 : fondements théoriques et évolution du commerce international	Erreur ! Signet non défini.
Introduction :	4
Section 01 : conceptualisation du commerce international	4
1- Définition du commerce international :	4
1-1- Les importations :	5
1-2- Les exportations :	5
1-3- la balance commerciale :	5
2- Histoire du commerce international :	6
3- Les incoterms :	7
3-1- Définition des incoterms:	8
3-2- Les types d'incoterms :	8
3-2-1- Les Incoterms Standards :	8
3-2-2- Les Incoterms pour le Fret Maritime et la Navigation Intérieure :	9
4- Le financement du commerce international:	11
4-1- Les moyens de financement:	11
4-1-1- Le chèque :	11
4-1-2- La lettre de change:	11
4-1-3- L'encaissement simple:	11
4-1-4- Le virement bancaire international:	11
4-1-5- Le billet à ordre :	12
4-1-6- Le crédit documentaire:	12
4-1-6- La remise documentaire:	12
Section 02 : les différentes théories du commerce international.	13
1- Les théories classiques :	13

1-1-	Le mercantilisme :	13
1-2-	L'avantage absolu.....	14
1-3-	Avantage comparatif :	14
2-	Les théories néo-classiques :	15
2-1-	La théorie d'Heckscher-Ohlin-Samuelson (HOS) :	15
2-1-1-	Le théorème d'E.Heckscher t B.OHLIN :	15
2-1-2-	La contribution de Paul Samuelson :	16
2-2-	le paradoxe de Leontief :	16
2-3-	Le modèle de Linder: la demande représentative :	17
2-4-	La théorie de l'écart technologique de Michael POSNER 1961 :	17
2-5-	La théorie du cycle de vie d'un produit de Raymond VERNON 1966 :	18
3-	Les nouvelles théories du commerce international :	19
3-1-	La théorie des rendements d'échelle croissants :	20
3-2-	La théorie de différenciation des produits :	20
3-3-	La théorie de l'avantage concurrentiel de Porter 1985 :	21
	Conclusion :	22
	Chapitre 02 : organisation des opérations d'exportation en Algérie	Erreur ! Signet non défini.
	Introduction	23
	Section 01 : Les dispositifs d'aide, de facilitation et de soutien aux exportations hors hydrocarbures en Algérie	23
1-	Les organismes d'appui et de soutien aux exportations hors hydrocarbures :	23
1-1-	L'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX) :	24
1-2-	Compagnie Algérienne d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX) :	25
1-3-	L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL) :	26
1-4-	La Chambre algérienne de commerce et d'industrie (CACI) :	27
1-5-	La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX) :	28
1-6-	Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE) :	29
1-7-	Le Fonds National de Régulation et Développement Agricole (FNRDA)	30
1-8-	Le Centre Algérien de Contrôle de Qualité et de l'emballage (CACQE).....	30
	Section 02 : Les accords commerciaux et les différentes contraintes liées à l'exportation.....	32
1-	les différents accords commerciaux	32
1-1-	L'Accord avec l'Union européenne :	32
1-2-	L'accord avec les USA :	33
1-3-	La Grande Zone Arabe de libre-échange (La GZALE) :	33

1-4- La Zone de Libre-échange continentale Africaine (ZLECAF).....	34
1-5- L'accord de libre-échange avec la Jordanie :	35
1-6- L'accord avec l'Union du Maghreb Arabe (UMA) :.....	35
1-7- L'OMC et la probable accession de l'Algérie :.....	36
1-8- L'Accord Préférentiel avec la Tunisie :	37
1-9- Accord entre l'Algérie et l'Arabie saoudite :.....	37
2- Les contraintes liées à l'exportation hors hydrocarbures en Algérie :.....	38
2-1- Au niveau national :	38
2-2- Les principales entraves liées à la Connectivité.....	39
2-3- Les contraintes identifiées dans le cadre de la chaîne logistique :	40
2-4- Les contraintes liées au financement :	41
Conclusion :.....	43
Chapitre 03 : Etude descriptive et analytique des exportations hors hydrocarbures en Algérie	43
Introduction :.....	44
Section 01 : dynamique générale des exportations algériennes.....	44
1- Evolution du commerce extérieur de l'Algérie	45
1-1- La place des exportations Algériennes en Afrique :.....	47
1-2- la place des exportations algériennes au niveau mondial	48
2- l'évolution des exportations algériennes pour la période (2015/2023).....	49
3- La structure des exportations par groupe d'utilisation	50
4- Les principaux clients de l'Algérie :	53
5- Répartition des exportations par zone géographique :	55
Section 02 : analyse de la dynamique des exportations hors hydrocarbures en Algérie cas des produits agricoles.	57
1- présentation du produit agricole :.....	58
1-1- Evolution de l'exportation des produits agricoles dans le total des exportations..	58
1-2- Les principaux produits agricoles exportés par l'Algérie.....	59
1-3- Les principaux pays de destination des exportations agricoles algériennes.....	60
2- Les dattes :	61
2-1- La production de dattes en Algérie :.....	62
2-1-1- L'évolution la production algérienne de dattes durant la période 2015-2023	62
2-3-2- Evolution des exportations de dattes	64
2-3-3- Les principaux pays importateurs de dattes algériennes.....	65

2-3-4- Le prix unitaire à l'export de datte algérienne :.....	66
3- La pomme de terre :	67
3-1- La part de la production algérienne de pomme de terre dans le monde :.....	67
3-2- la production de la pomme de terre en Algérie :	68
3-3- Les variétés de pomme de terre les plus cultivées en Algérie :.....	69
3-4- Zones de production de la pomme de terre en Algérie	70
3-5- la commercialisation de pomme de terre.....	70
3-6- Les exportations de la pomme de terre.....	71
Conclusion :.....	72
Conclusion générale :	73

Bibliographie

Table des matières

Résumé

Résumé

Ce mémoire porte sur l'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie, face à la dépendance du pays aux hydrocarbures la problématique suivante a été posé : qu'elle est la place des exportations hors hydrocarbures dans le commerce extérieurs, et comment peut-on expliquer leur évolution. L'objectif de notre recherche est d'analyser les exportations hors hydrocarbures, une analyse documentaire des données statistiques de la douane algérienne, du ministère du commerce de la FAO ainsi de l'office national des statistique.

Les résultats montrent une progression lente et que les exportations algériennes se basent principalement sur les hydrocarbures qui représentent une principale source des revenus extérieures, le mémoire conclut que la diversification des exportations reste un défi majeur pour le développement des exportations et de l'économie algériennes.

Mots clés :

Commerce extérieur, exportation hors hydrocarbures, diversification, secteur agricole, contraintes liées à l'export.

Abstract

This thesis focuses on the evolution of non-hydrocarbon exports in Algeria. Given the country's dependence on hydrocarbons, the following question was posed: what is the role of non-hydrocarbon exports in foreign trade, and how can their evolution be explained? The objective of our research is to analyze non-hydrocarbon exports, based on a documentary analysis of statistical data from Algerian Customs, the Ministry of Trade, the FAO, and the National Statistics Office.

The results show slow growth and that Algerian exports are primarily based on hydrocarbons, which represent a main source of external revenue. The thesis concludes that export diversification remains a major challenge for the development of Algerian exports and the economy.

Keywords :

Foreign trade, non-hydrocarbon exports, support mechanisms, the agricultural sector, and export-related constraints.