

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE

SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES

SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES



**Mémoire en vue de l'obtention du Diplôme de Magister en
Sciences Economiques
Option : Economie et Finance Internationale**

Thème:

**La contribution du secteur privé à la
diversification des exportations hors
hydrocarbures :
- Illustration par le cas de CEVITAL -**

Présenté par :

OUAZZI Azzedine

Dirigé par :

Professeur SI MOHAMMED Djamal

Jury :

Président : Mr DOUMANE Said, Professeur à l'UMM Tizi-Ouzou.

Rapporteur : Mr SI MOHAMMED Djamal, Professeur à l'UMM Tizi-Ouzou.

**Examineurs : Mme BEKKOUR Farida, épouse AMOKRANE, Maitre de Conférence
classe « A », à l'UMM Tizi-Ouzou.**

**Mr Selim OUALIKENE, Maitre de Conférence classe « A », à l'UMM
Tizi-Ouzou.**

Date de soutenance : 06/06/2016

MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE

SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI DE TIZI OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES

SCIENCES DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES ECONOMIQUES



**Mémoire en vue de l'obtention du Diplôme de Magister en
Sciences Economiques
Option : Economie et Finance Internationale**

Thème:

**La contribution du secteur privé à la
diversification des exportations hors
hydrocarbures :
- Illustration par le cas de CEVITAL -**

Présenté par :

OUAZZI Azzedine

Dirigé par :

Professeur SI MOHAMMED Djamal

Jury :

Président : Mr DOUMANE Said, Professeur à l'UMM Tizi-Ouzou.

Rapporteur : Mr SI MOHAMMED Djamal, Professeur à l'UMM Tizi-Ouzou.

**Examineurs : Mme BEKKOUR Farida, épouse AMOKRANE, Maitre de Conférence
classe « A », à l'UMM Tizi-Ouzou.**

**Mr Selim OUALIKENE, Maitre de Conférence classe « A », à l'UMM
Tizi-Ouzou.**

Date de soutenance :06/06/2016

Remerciements

Ce travail de recherche est le résultat de contributions et d'encouragements de plusieurs personnes auxquelles j'exprime mes sincères reconnaissances et vifs remerciements.

Je tiens donc à exprimer ma profonde reconnaissance à mon encadreur et enseignant, le Professeur SI MOHAMMED Djamel, pour son aide précieuse, sa disponibilité, ses conseils et orientations qu'il n'a cessé de me prodiguer tout au long de ce travail.

Mes remerciements s'adressent également aux membres du jury qui me font l'honneur d'évaluer ce travail.

J'exprime enfin ma gratitude à M^{elle} MEKDAD, M^{elle} MAHOUCHE, Mr KARA Rabah, Mr Ben SI SAID Samir et à mes amis Samir et Idir.

Je remercie également les enseignants de la FSECSG de l'UMM de Tizi Ouzou pour leurs conseils et encouragements.

OUAZZI. A

A mes chers parents,

A la mémoire du Professeur BOUZIDI Abdelmadjid

Abréviations

Liste des abréviations

ADEM : Association pour le Développement de l'Economie de Marché.

AID : Association Internationale pour le développement.

ALENA : Accord de Libre Echange Nord Américain.

ALGEX : Agence Nationale de Promotion des Exportations.

ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement.

ANEXAL : Association Nationale des Exportateurs Algériens.

ANSEJ : Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes.

ASEAN : Association des Nations du Sud Est Asiatique

BCIA : Banque Commerciale Industrielle d'Algérie.

BEI : Banque Européenne d'Investissement.

BERD : Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement.

BIRD : Banque Internationale pour la Reconstruction et le Développement.

BRIC'S : Brésil, Russie, Inde, Chine et Sud d'Afrique.

BTPH : Bâtiment, Travaux Publics et Habitation.

C.S.V : Comité de Sélection et de Validation.

CACI : Chambre Algérienne du Commerce et de l'Industrie.

CAGEX : Compagnie Algérienne Assurance et de Garantie des Exportations.

CEE : Communauté Economique Européenne.

CGCI : Caisse de Garantie des Crédits d'Investissement.

CLR : Centres Logistiques Régionaux.

CNAC : Caisse Nationale d'Assurance Chômage.

CNI : Conseil National de l'Investissement.

CNP : Conseil National de Privatisation.

CNUCED : Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement.

EPE : Entreprise Publique Economique.

FGAR : Fonds de Garantie des crédits aux PME.

FMI : Fonds Monétaire International.

FNRDA : Fonds National de la Régulation et du Développement Agricole.

GATT : General Agreement on Tariffs and Trade..

HOS: Heckscher Ohlin Samuelson.

IDE : Investissement Direct Etranger.

MIC : Mécanisme d'Intégration Commercial.

O.N.R.A : Office National de la Réforme Agraire.

OCDE : Organisation de Coopération et de Développement Economique.

OMC : Organisation Mondiale du Commerce.

ONACO : Office National de Commercialisation.

ONS : Office National des Statistiques.

ONU : Organisation des Nations Unies.

PAS : Programme d'Ajustement Structurel.

PES : Plan Sénégal Émergent.

PGE : Programme Général d'Exportation.

PGI : Programme Général d'Importation.

PME : Petite et Moyenne Entreprise.

PVD : Pays en Voie de Développement.

SAFEX : Salon Algérien des Expositions et des Foires.

SFI : Société Financière Internationale.

TIC : Technologie d'Information et de Communication.

UE : Union Européenne.

USD : Dollar Américain.

ZALE : Zone Arabe de Libre Echange

ZFIE : Zones Franches Industrielles d'Exportation.

Sommaire

Introduction générale	08
Chapitre I : Aperçu théorique sur le commerce international et son évolution.	
Section I : Les différentes théories du commerce international	16
Section II : Les facteurs de développement du commerce international	21
Section III : Evolution du commerce mondial et sa structure	30
Chapitre II : l'évolution du secteur privé algérien et sa situation actuelle.	
Section I : La réalité du secteur privé national et son développement après l'indépendance	43
Section II : La privatisation et les caractéristiques du secteur privé	47
Section III : Le passage graduel à l'économie de marché	59
Chapitre III: Evolution et caractéristiques du commerce extérieur de l'Algérie depuis 1962	
Section I : Le commerce extérieur de l'Algérie depuis l'indépendance	74
Section II : La structure des exportations de l'Algérie	83
Section III : La structure des importations de l'Algérie	92
Section IV. Le commerce extérieur de l'Algérie et la balance commerciale	96
Chapitre IV: Les exportations du secteur privé national	
Section I. Analyse globale des exportations du secteur privé national	105
Section II. Analyse empirique des exportations du secteur privé	111
Chapitre V: Le groupe CEVITAL et sa contribution aux exportations hors hydrocarbures	
Section I : Présentation de CEVITAL	135
Section II : L'internationalisation de CEVITAL	142
Section III : Les exportations de CEVITAL	152
Conclusion générale	168

Introduction générale

Introduction générale

Depuis 1980, les relations économiques internationales ont connu de nombreux bouleversements. Les pays de l'ancien bloc soviétique ont ébranlé la règle communiste et instauré des économies de marché ouvertes aux flux internationaux de biens et de capitaux à l'instar de la Russie et la Chine. Cette nouvelle ère des grands changements géopolitiques et géostratégiques à l'échelle planétaire avait un impact direct sur l'économie mondiale notamment sur le commerce international. L'impact de ces changements est apparu dans le recul du protectionnisme devant le libre échange. La naissance de l'OMC, ainsi que la multiplication des accords de libre échange bilatéraux ou multilatéraux a provoqué un gain important de parts de marché des produits manufacturés à l'exportation pour les nouveaux pays industrialisés au détriment des pays développés.

Dans ce nouveau contexte caractérisé par des mutations rapides de l'environnement, l'insertion dans l'économie mondiale nécessite inévitablement la diversification et la compétitivité de l'économie nationale. Dans un environnement mondialisé et concurrentiel, les entreprises rivalisent entre elles pour la conquête et la sauvegarde des parts de marchés internationales. Dans cette lutte économique, les Etats mettent en place des politiques diverses et efficaces, en s'appuyant sur tous les acteurs locaux, notamment le secteur privé afin d'orienter le maximum de la production nationale vers des marchés externes.

Beaucoup de pays à travers le monde ont adopté l'économie de marché. Grâce à des réformes adéquates et des orientations stratégiques profondément réfléchies, de nombreux pays, d'Asie ou d'Amérique Latine, ont passé de pays en voie de développement au rang de pays émergents. Malgré la différence des paradigmes de développement, le consensus de Washington pour le Mexique par exemple, et le modèle purement asiatique pour les pays d'Asie tels que la Corée du Sud, la Malaisie ou le Singapour, ces pays ont pu améliorer leur insertion dans l'économie mondiale.

En ce qui concerne l'économie algérienne, celle-ci a connu deux périodes différentes. La première époque est celle de l'économie centralisée de puis l'indépendance jusqu'à la fin des années 1980, caractérisée par une prédominance du secteur étatique. Durant cette période l'Algérie a opté pour la stratégie de développement basée sur l'industrialisation. Le financement de ce processus ne pouvait pas avoir lieu sans l'existence d'énormes recettes pétrolières et aussi le recours à l'endettement extérieur. La politique de l'industrie industrialisante, avec sa forte dépendance de l'extérieur dans les pièces de rechange et les produits intermédiaires, a montré ses limites au milieu des années 80. Au même titre que la

plupart des pays du Sud, l'Algérie a connu durant cette période une profonde crise économique et sociale due à la chute brutale des prix du pétrole.

La deuxième étape, de début des années 1990 jusqu'à nos jours, basée sur le passage graduel à l'économie de marché, caractérisée par plusieurs tentatives de réforme dans le but d'améliorer l'environnement économique du pays. Durant ces deux étapes, l'économie algérienne est restée essentiellement rentière axée sur les seules exportations du pétrole et du gaz.

La vulnérabilité de l'économie algérienne et l'éclatement de la crise de la dette extérieure, (le service de la dette a atteint 58,5% des exportations en 1987), ont contraint l'Algérie d'amorcer une série de réformes visant une restructuration profonde de son économie. Le rééchelonnement de la dette extérieure est inévitable et conditionné par l'application du programme d'ajustement structurel (PAS) sous l'impulsion des institutions de Bretton Woods, en occurrence, la Banque Mondiale et le Fond Monétaire Internationale (FMI). Un plan de sauvetage qui s'étalait de 1994 à 1998, ayant pour objectif la réduction des déficits et tenter une nouvelle insertion dans l'économie mondiale.

En plein "décennie noire", l'Algérie a poursuivi son processus de réforme, dont les principales décisions étaient la fin du monopole de l'Etat traduit par un large mouvement de privatisation, libéralisation du commerce extérieur et l'accélération de l'émergence du secteur privé. Le processus d'adhésion de l'Algérie à l'OMC dont les négociations traînent depuis plus de 15 ans et également, l'accord d'association signé avec l'UE en avril 2002 qui prévoit la suppression progressive des barrières douanières à l'horizon de 2017, montrent la prédisposition de l'Algérie à ouvrir son économie sur l'extérieur sous ces deux facettes, commerciale et l'investissement étranger.

1/ Objet de la recherche

L'ouverture du marché algérien était beaucoup plus une contrainte imposée par les mutations de l'environnement économique mondial et également la crise qui a touché le pays au milieu des années 1980. Une crise qui a montré la vulnérabilité de l'économie algérienne et le recours obligatoire aux institutions de Bretton Woods. Au même titre que la plupart des pays du Tiers monde, la crise de l'endettement a obligé l'Algérie de passer par les fourches caudines du Fonds Monétaire International en 1993, voie obligée pour le rééchelonnement de la dette. Un programme d'ajustement structurel s'est imposé à l'Algérie pour lui permettre de retrouver le sentier de la croissance.

Introduction générale

Un arsenal de réformes a été engagé dans le but de restructurer l'économie nationale dont les principales orientations étaient la fin des monopoles de l'Etat, l'émergence du secteur privé et surtout la libéralisation du commerce extérieur.

L'Algérie aujourd'hui est contrainte à trouver un nouveau paradigme de développement basé sur les exportations hors hydrocarbures. Voir l'importance du commerce extérieur dans le développement des pays, il est temps de diversifier la production nationale et la rendre concurrentielle et compétitive de manière à cibler les marchés internationaux.

L'objet de notre recherche, s'inscrit dans ce contexte et il consiste à mieux comprendre le rôle du secteur privé dans la tentative de la diversification des exportations hors hydrocarbures.

Le secteur privé algérien, malgré son jeune âge, est présent sur de nombreux créneaux. Dès le début des années 1990, des investissements importants ont été réalisés par ce dernier dans de nombreux domaines d'activité tels que l'agroalimentaire, l'électroménager et surtout l'agriculture. De nombreux groupes ont déjà gagné de la notoriété, à l'instar de SIM, SNC ROUIBA, CONDOR.

Cette recherche portera sur le groupe CEVITAL et sa stratégie à l'exportation. Plusieurs critères justifient le choix de ce groupe. Premièrement, il est spécifique dans sa politique de développement que ce soit à l'échelle nationale ou dans ses acquisitions à l'étranger. Deuxièmement, sa taille reflétée par le nombre de ses unités de production, ses domaines d'activités stratégiques, le nombre important de ses employés ainsi que son chiffre d'affaire. Troisièmement, ses exportations et sa présence sur le marché international.

2/ Problématique

Les grandes mutations de l'environnement international, la mondialisation des économies et l'émergence de nombreux pays comme nouveaux acteurs de l'économie mondiale, impose à l'Algérie de concevoir sa stratégie de développement afin de suivre ces mutations et de s'adapter à ces nouveaux changements. La rente pétrolière représente la source dominante des devises pour l'Algérie. Face au risque de la chute des prix du pétrole ou le recul des exportations de ce dernier, ainsi que l'explosion des importations, l'État doit adopter une nouvelle orientation économique moins dépendante des hydrocarbures, afin de préparer l'après pétrole dès aujourd'hui. L'urgence pour l'Algérie est de diversifier ses exportations. Cette orientation a comme objectif de réduire le risque lié au déficit de la balance commerciale à cause des grands déséquilibres entre les importations des produits de

consommation et des équipements d'un coté et les exportations des matières énergétiques de l'autre.

Les exportations hors hydrocarbures stagnent à un niveau très bas comparativement à celles des hydrocarbures. Plus grave encore, elles présentent une structure très inquiétante puisqu'elles sont largement dominées par les produits dérivés du pétrole.

La part des exportations en dehors des hydrocarbures demeure encore faible. Malgré les politiques de l'Etat pour encourager cette activité, elle atteint difficilement 3% des ventes globales. Ces exportations sont réparties entre le secteur public et le secteur privé. Le premier exporte généralement des produits dérivés du pétrole et des produits miniers. Quant au secteur privé qui constitue notre domaine de recherche privilégié, qui était quasi inexistant depuis 1962 jusqu'à la fin des années 1980, il peut jouer un rôle moteur dans le développement économique du pays.

Dans ce nouveau contexte, il est impératif pour l'Etat de revoir sa politique économique en mettant fin à la marginalisation du secteur privé, en l'encourageant, en l'accompagnant et en le stimulant à travers des mesures concrètes afin que la production de ce dernier soit orientée vers les marchés extérieurs.

Notre thème de recherche sera axé justement sur : « **la contribution du secteur privé à la diversification des exportations hors hydrocarbures, illustration par le cas de CEVITAL** ».

Pour mener ce travail à terme, nous essayerons d'apporter des réponses à la problématique suivante :

Est-ce que le secteur privé en général et CEVITAL en particulier peuvent jouer un rôle dans la diversification des exportations algériennes en dehors des hydrocarbures ?

Pour pouvoir répondre à la question posée ci-dessus, nous devons passer par quelques détails et analyses en apportant des réponses aux questions secondaires suivantes :

- Quelle est l'importance du secteur privé au sein de l'économie algérienne ?
- Le secteur privé dispose-t-il d'un avantage compétitif et des potentialités à l'exportation ?
- En tant que leader des exportations hors hydrocarbures, CEVITAL peut-il être le repère ou le modèle à suivre pour les autres entreprises privées qui cherchent à exporter ?

Hypothèses :

Les hypothèses qui sous tendront ce travail de recherche et qui auront à être confirmées ou infirmées vers la fin sont les suivants :

- Le secteur privé constitue un vecteur de diversification des exportations pour l'économie algérienne. .
- Le groupe CEVITAL constitue la locomotive du secteur privé à l'exportation.

3/ Méthodologie :

Tout au long de ce travail de recherche, nous essayerons d'exploiter les outils liés à notre thématique qui nous permettront d'aboutir à des conclusions significatives.

La consultation d'ouvrages qui traitent les questions du commerce extérieur demeure une nécessité pour comprendre les fondements théoriques de ce domaine.

La sollicitation des organismes publics à leur tête les institutions de promotion des exportations hors hydrocarbure telles que la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX), Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) est très importante. D'autres banques de données peuvent constituer d'importantes sources d'informations pour notre travail, comme celles issues des services des douanes, de l'ONS ou du Ministère du Commerce...

Ce travail s'appuie sur une enquête de terrain et l'élaboration d'un questionnaire dans lequel nous cherchons des réponses auprès des entreprises privées qui exportent ou qui ont déjà exporté ou encore celles qui comptent le faire.

Enfin, l'étude du groupe CEVITAL, qui représente un cas pratique de référence, constitue une contribution importante à ce travail de recherche en tant que volet empirique.

4/ Structure du travail

Afin de répondre à notre problématique de recherche, ce mémoire est structuré en cinq chapitres.

Le premier chapitre sera consacré à la présentation des théories ayant traité le commerce international ainsi que les différents facteurs qui ont influencé son évolution notamment ces dernières années.

Le deuxième chapitre, comme nous nous intéressons au secteur privé national depuis l'indépendance, les conditions de son développement ainsi que sa structure actuelle.

Introduction générale

Nous nous intéressons dans le troisième chapitre au commerce extérieur de l'Algérie dans ses deux volets importations et exportations et nous nous intéressons d'avantage aux exportations hors hydrocarbures.

Le quatrième chapitre sera réservé aux exportations du secteur privé national. Dans ce chapitre, nous appuierons notre étude sur une enquête menée auprès de quelques entreprises privées à l'aide d'un questionnaire conçu pour la circonstance.

En fin, à travers le cinquième chapitre, nous essayerons d'étudier les exportations de CEVITAL, ses capacités et sa stratégie de développement à l'international.

Ce travail de recherche sera sanctionné par une conclusion générale dans la quelle nous répondrons aux différentes questions posées dans l'introduction générale ainsi qu'aux hypothèses.

Chapitre I

Aperçu théorique sur le commerce international et son évolution.

Introduction

L'explication des échanges internationaux ont été l'objet de recherche pour de nombreux économistes de différents courants de la pensée économique. Les théories du commerce international se sont succédées depuis un peu plus de deux siècles. Selon les caractéristiques qui dominent chaque contexte, les économistes tentaient d'analyser et d'expliquer ces échanges internationaux en se basant sur des éléments clés relatifs à chaque conjoncture que nous essayons d'exposer dans la première section.

Les théories du commerce international se sont développées en parallèle avec l'évolution de ce dernier. Jusqu'à la fin de la deuxième guerre mondiale, la plupart des économies étaient fermées et les échanges internationaux se tenaient dans un paradigme de protectionnisme. Juste après la guerre, beaucoup d'institutions internationales et de nouveaux facteurs ont contribué à l'ouverture des marchés nationaux, par conséquent, une évolution sans précédent des échanges en volume et en valeur.

Les facteurs qui ont influencé le commerce ainsi que leur importance seront l'objet de la deuxième section.

Pour la troisième section, elle sera réservée à la structure géographique des échanges internationaux. Le monde a connu de nouveaux centres de gravité pour cette activité avec l'émergence de nouveaux pôles. Les échanges Nord- Nord ont perdu de volume en faveur du Nord- Sud et Sud- Sud. Dans cette section, nous présenterons les biens et les services les plus échangés dans le monde selon la classification de l'OMC.

Section I : Les différentes théories du commerce international

L'objet de cette section est de présenter les différentes théories ayant traité le commerce international. Il est important de signaler l'existence de plusieurs courants¹ qui ont accordé une grande importance à ce sujet. Allant du courant libre-échangiste dont les principaux auteurs Smith et Ricardo jusqu'au courant de la nouvelle théorie représentée notamment par Paul Krugman. En effet, cette succession de théories a imposé un classement en deux catégories, à savoir, la théorie traditionnelle et la théorie moderne qui, par rapport à la théorie traditionnelle, a pu introduire et évoquer des éléments nouveaux comme le progrès technologique et les économies d'échelle.

I.1 L'approche d'Adam Smith

L'analyse de cette économiste repose sur l'idée que chaque Etat est compétitif et bénéficiaire dans le commerce international s'il peut se spécialiser dans la fabrication et la commercialisation d'un bien sur lequel il possède un avantage en termes de coûts et de charges de production.

Autrement dit, si le pays A produit un bien X à un coût particulier et qu'un autre pays produit le même bien mais avec un coût supérieur que celui du premier, dans ce cas le pays A possède un avantage absolu sur l'autre pays et c'est dans son intérêt de se spécialiser dans la production du bien X et de laisser l'autre pays concentrer sur d'autres biens.

I.2. L'approche de David Ricardo 1817

L'apport de Ricardo est considérable et développé dans son ouvrage principal « *Principes de l'économie politique et de l'impôt* ». Cet ouvrage représente une machine de guerre contre le protectionnisme et les mercantilistes².

L'analyse de Ricardo est basée sur les conditions suivantes :

- Immobilité des facteurs de production.
- Nullité des coûts de transport.
- La valeur des biens correspond à la quantité de travail incorporée.

Le tableau suivant représente l'exemple avancé par Ricardo. Pour mieux expliquer son idée, il explique à travers sa théorie que l'échange international peut être bénéfique pour les deux pays.

¹ ARCANGELO Figliuzzi. « Economie Internationale », édition Economica. 2011 P.180

² Ibid, P.181

Tableau n° 1 : exemple de Ricardo dans l'analyse de coûts comparatifs.

	VIN (heure de travail)	DRAP (heure de travail)
Portugal	80	90
Grande Bretagne	120	100

Source : CHAIBI B, « les prospectives du commerce international », édition Houma, Alger 2012, p.13.

A travers ce tableau et selon l'analyse de SMITH, on peut déduire que le Portugal détient un avantage absolu dans la production et la commercialisation des deux biens cités par rapport à la Grande Bretagne.

Mais l'avis de Ricardo est tout à fait différent. En se basant sur les coûts comparatifs, l'échange peut être bénéfique pour les deux pays selon l'analyse suivante :

1/ coût comparatif vin/drap :

$80/90 = 0,89$ pour le Portugal.

$120/100 = 1,2$ pour la Grande- Bretagne

Cela s'explique par le fait qu'au Portugal, on échange 1 unité de vin contre 0,89 unité de drap, alors qu'en Grande-Bretagne, on change 1 unité de vin contre 1,2 unité de drap. Cela signifie que le producteur de vin au Portugal aura plus de gain s'il procède à échanger son vin contre le drap en Grande-Bretagne.

2/ coût comparatif drap/vin :

$90/80 = 1,1$ pour le Portugal.

$100/120 = 0,82$ pour la Grande Bretagne.

Cela veut dire qu'au Portugal, on échange une unité de drap contre 1,1 unité de vin, alors qu'en Grande-Bretagne, on échange une unité de drap contre 0,83 unité de vin, cela signifie que le producteur de drap en Grande-Bretagne a intérêt de vendre au Portugal que chez lui.

En conclusion, le producteur de vin Portugais préfère exporter vers la Grande-Bretagne, car cela lui procure plus de gain (1,2 unité de drap au lieu de 0,89).

Au même temps le producteur de drap en Grande-Bretagne, aura tendance à exporter vers le Portugal puisqu'il obtient plus d'avantage (1,1 contre 0,82).

La conclusion principale de Ricardo est que chaque pays a intérêt à se spécialiser dans la production d'un bien pour lequel il dispose un meilleur avantage de coût comparatif.

I.3. Le modèle HOS

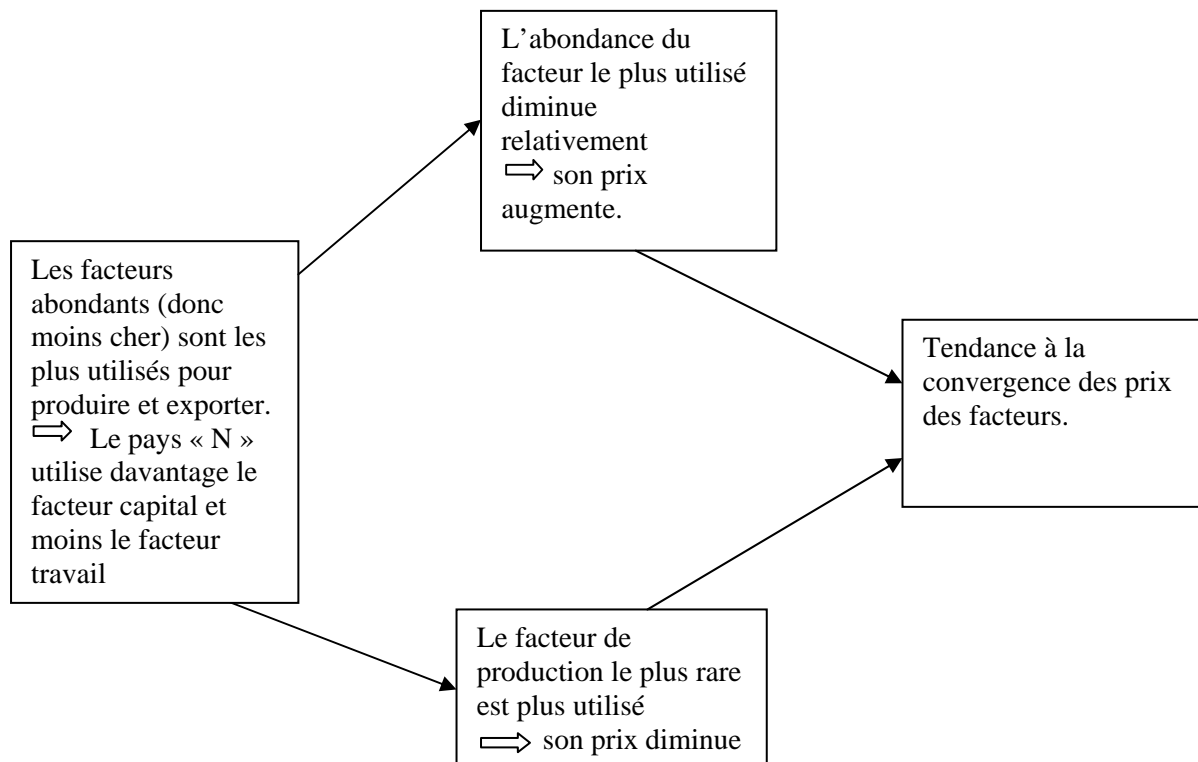
Ce modèle repose sur les contributions de deux économistes suédois, Eli Heckscher en 1919 et Bertil Ohlin en 1939, ainsi que l'américain Paul Samuelson qui a pu présenter, en 1948, une version formalisée des travaux de l'école suédoise qui ne sont qu'un prolongement de l'approche ricardienne.

Dans son analyse, Ricardo prend en considération un seul facteur de production qui est le travail. Par contre le modèle HOS repose sur la dotation en facteurs de production et la technologie de chaque pays, c'est à dire que la production résulte de la combinaison de deux ou plusieurs facteurs substituables. Donc les flux du commerce international s'expliquent par les différences de dotation en facteurs de production propres à chaque pays et qui sont le capital, la main d'œuvre, la matière première, la terre, la technologie...etc.

I.4. Le théorème de Stolper- Samuelson

Ce modèle repose sur le libre-échange et sans mobilité internationale des facteurs de production. A l'échange, il y a une confrontation des prix de produits fabriqués respectivement dans deux pays différents qu'on note N et E. A terme, l'échange conduit à unifier les prix des biens vendus aussi, l'égalisation des prix des facteurs de production de ces biens.

Figure n°01 : Mécanisme du théorème du Stolper et Samuelson.



Source : ARCANGELO. Figliuzzi. « Economie internationale » P. 193. Edition Ellipes 2006.

I.5. Le théorème de Rybczinski

Le principe de ce théorème est que si la dotation factorielle d'un pays donné évolue, cela provoque une déformation et transformation de la spécialisation du pays en question dans le sens du bien intensif dans le facteur qui augmente. L'exemple avancé par Rybczinski repose sur un accroissement démographique qui engendre l'augmentation du facteur travail et la spécialisation sera basée sur ce dernier.

I.6. L'approche de Michael Posner (1961)

Dans les années 1960, le progrès technique occupait une place importante dans la recherche sur le commerce international. Avec le début de la décennie, en 1961, Michel Posner développe une approche radicalement nouvelle basée sur l'écart technologique entre les pays. Cet économiste a constaté que les firmes de différents pays se sont engagées dans un processus d'innovation permanent qui touchait les produits ou/et les procédés de production telle que l'automatisation. L'avancée technologique d'un pays par rapport aux autres lui procure un avantage comparatif en exportant des biens issus de ces technologies. Cet avantage est temporaire à cause de l'imitation par d'autres pays.

I.7. L'approche de Raymond Vernon (1966)

Les travaux de Vernon s'inscrivent dans l'approche néotechnologique exprimés dans la théorie du cycle de vie du produit. Selon cet auteur, le produit innovant connaît un cycle de vie qui se traduit en quatre phases :

- **La phase de lancement** : correspond à la diffusion du produit sur le marché local avec un prix très élevé et une forte demande et la firme innovatrice se dispose d'une situation de monopole temporaire.
- **La phase de croissance** : caractérisée par la généralisation et la banalisation du produit sur le marché local et la firme se lance dans l'exportation de ce dernier, ce qui lui procure des économies d'échelle.
- **La phase de saturation** : le produit ne progresse plus sur le marché d'origine à cause de l'imitation des autres firmes. Dans ce cas, la firme innovante procède à des transferts technologiques pour produire et vendre le produit sur des marchés ayant des caractéristiques différentes.
- **La phase déclin** : la concurrence devient accrue et les prix connaissent une baisse. La production de ce bien est entièrement délocalisée et la firme émettrice le remplace par un produit innovent.

I.8. Le modèle de Brander et Spencer (1983)

Le modèle en question rentre dans le cadre de la nouvelle théorie. L'analyse du commerce international selon Brander et Spencer est basée sur le rôle que peut jouer un Etat en matière de politique commerciale en ce qui concerne l'instauration de barrières aux échanges ou la politique industrielle par notamment les subventions financières et fiscales. Ces politiques dans le temps impliquent des gains pour les Etats qui les mettent en place. Ces décisions stratégiques élaborées par les pouvoirs publics favorisent les entreprises locales et permettent d'évincer les concurrents étrangers.

L'intervention des Etats, via cette politique, modifie les conditions de la concurrence sur les marchés internationaux en faveur de leurs entreprises qui auront plus de possibilités à produire et à vendre à des prix avantageux que les concurrents.

I.9. L'approche de Paul Krugman

La nouvelle théorie a rompu avec l'ancien cadre d'analyse et s'est rapproché à l'économie industrielle², ce qui a conduit quelques économistes à dénommer « *économie industrielle internationale* »³. C'est dans cette approche que s'inscrit la démarche de Krugman: «...il semble évident que la théorie du commerce international devrait reposer fortement sur les modèles d'économie internationale...»⁴.

Krugman rejette l'analyse du commerce international basée sur une concurrence pure et parfaite, au moment où de nombreux secteurs connaissent des situations d'oligopoles distinguées avec des rendements croissants et de fortes économies d'échelle.

L'explication de Krugman repose sur le fait qu'un pays possède un avantage à l'exportation. Selon son analyse, les avantages au commerce international sont au nombre de trois :

- **L'effet de dimension** : l'accroissement de la production peut procurer des économies d'échelle.
- **L'effet de diversification** : cela veut dire qu'une importante disponibilité des produits est bénéfique et avantageuse pour le consommateur.
- **L'effet de la concurrence** : une confrontation avec la production étrangère (les entreprises étrangères) peut avoir un impact positif sur les prix et la production.

³ RAINELLI. M. « La nouvelle théorie du commerce international », édition la Découverte, 2007, P.4

⁴Idem, P 4.

Section II : Les facteurs de développement du commerce international

Le développement du commerce international est dû au rôle important joué par plusieurs facteurs. Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, un nouvel ordre économique mondial a vu le jour. Beaucoup d'organisations internationales ont plaidé pour le libre-échange. L'objet de cette deuxième section est de présenter également ces différents facteurs qui ont impacté positivement l'évolution du commerce international.

II.I. Les organisations internationales et le libre-échange

Après la deuxième guerre mondiale, un nouvel ordre économique s'est instauré suite à la mise en œuvre des institutions de Bretton Woods (le FMI et la Banque Mondiale) ainsi que d'autres organisations internationales ayant toutes un rôle de manière à renforcer le libre-échange à l'échelle mondiale. Ces institutions ont largement contribué à la progression et le développement rapide du commerce international.

II.1.1. Le GATT/l'OMC

Le GATT est créé au lendemain de la seconde guerre mondiale et suite à l'initiative de l'ONU qui convoqua une conférence mondiale ayant pour objet l'élaboration des règles d'une libéralisation du commerce extérieur. Le GATT, qui n'est pas une organisation mondiale, mais un accord général sur les tarifs douaniers, un code de bonne conduite est signé en 1948 par 28 pays et son nombre atteint 92 vers 1992. Le GATT est devenu l'OMC en 1994 et entré en vigueur en janvier 1995, qui a donné une nouvelle ère pour le commerce international. Cette organisation compte actuellement 160 pays membres (jusqu'à juin 2014)⁵, dont les trois quarts sont des pays en voie de développement⁶. L'OMC a profondément modifié les règles et les pratiques déjà existantes au sein du GATT et elle a également intégré de nouvelles règles relatives au secteur des services, l'agriculture et la propriété intellectuelle.

Le rôle de l'OMC actuellement consiste également à faciliter les échanges des pays en développement et en particulier les pays les moins avancés⁷.

L'OMC encourage les pays en voie de développement à adapter leurs ressources et à dépasser leurs contraintes liées au commerce qui représente un facteur de développement.

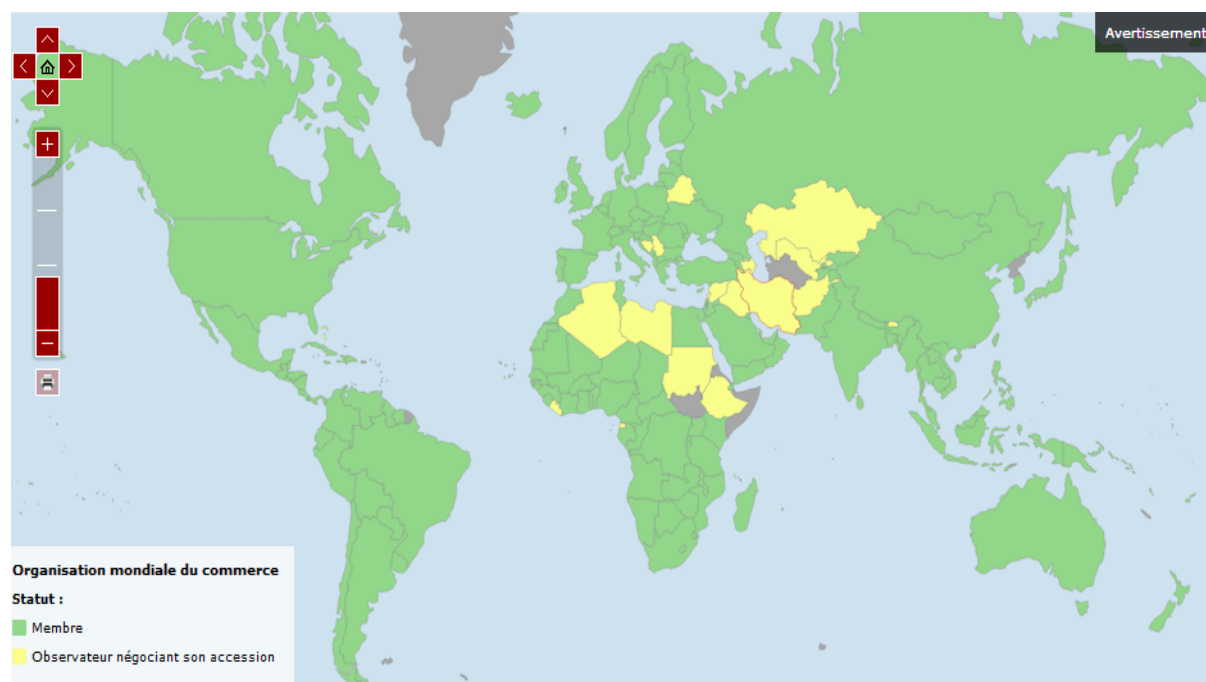
⁵ Rapport du commerce mondial, OMC 2014

⁶ Idem.

⁷ https://www.wto.org/french/tratop_f/devel_f/a4t_f/aid4trade_f.htm, consulté en avril 2015.

Cette organisation mondiale encourage également les accords commerciaux entre les pays et assure l'arbitrage en cas de différends liés au commerce international entre les Etats.

Figure n°02 : Les pays membres et observateurs de l'OMC en janvier 2015.



Source : rapport de l'OMC, « statistiques du commerce international », 2015.

Comme le montre la carte ci-dessus, jusqu'au mois d'avril 2015, pratiquement tous les pays de la planète sont membres de cette organisation.

II.1.2. La Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement

La Conférence des Nations Unies pour le commerce et le développement (CNUCED) est créée en 1964. Elle a pour objectif l'étude de moyens à mettre en œuvre avec les pays développés en faveur des pays en voies de développement. En bref, elle se préoccupe du sort des PVD.

En effet, au début des années 1960, la période est caractérisée par d'énormes préoccupations par rapport au rôle des pays en voie de développement dans le commerce international. La majorité de ces pays ont réclamé la tenue d'une conférence pour trouver des moyens efficaces pour résoudre leurs problèmes. C'est ainsi que la CNUCED est créée pour la circonstance afin de favoriser et d'encourager ces pays à prendre un rôle dans le commerce international.

II.1.3. Le Fonds Monétaire International

Le Fonds Monétaire International (FMI) est créé suite aux accords de Bretton Woods. Il est le garant du système monétaire international. Il accorde des facilités de paiement aux pays ayant une balance commerciale déficitaire. Son intervention permet également de mettre en œuvre des politiques de redressement pour les pays membres souffrant d'un déséquilibre macroéconomique.

A l'époque du GATT, le FMI, pouvait autoriser un pays membre de ne pas appliquer les règles de cet accord.

Le FMI assure également un rôle central dans la libéralisation du commerce mondial. Par rapport au cycle de Doha qui s'inscrit dans le prolongement du libre échange, le FMI a mis en place le Mécanisme d'Intégration Commercial (MIC) à fin de permettre aux pays ayant des difficultés de balance des paiements, même temporairement, d'avoir accès aux ressources du FMI avec un maximum d'avantages existant.

A signaler que L'OMC et le FMI coopèrent hautement pour assurer la cohésion des décisions économiques au niveau mondial suite à un accord de coopération⁸ signé par les deux institutions peu de temps après la création de l'OMC.

II.1.4. L'Organisation de Coopération et de Développement Economique

L'organisation de coopération et de développement économique (OCDE), créée en 1961, sa mission est l'accélération de la reconstruction de l'Europe. Elle a adopté un code de libre-échange avec une suppression graduelle des barrières douanières. Aujourd'hui, elle contient des pays membres non européens qui sont les Etats Unis, le Canada et le Japon. Elle est devenue le lieu de rencontre des pays développés et elle étudie les obstacles non tarifaires.

L'OCDE travaille directement avec des gouvernements pour mettre en œuvre les moteurs du changement économique, social et environnemental. L'organisation prend en charge le suivi et la mesure de la productivité et les flux du commerce international et les investissements, et aussi établit les normes internationales dans plusieurs domaines. Souvent, les résultats de l'OCDE servent de base pour prévenir les scénarios⁹ à projeter dans l'avenir.

⁸ www.imf.org/external.np/exr/ib/2002/fra/031402f/htm (consulté en février 2014).

⁹ <http://www.oecd.org/fr/apropos/> (consulté en février 2014).

II.2. Les organisations internationales et le financement des échanges

Ces différentes institutions ont influencé le développement rapide du commerce international sous différentes formes. Les financements des investissements dans des pays pour leur permettre de s'intégrer dans l'économie mondiale, l'arbitrage, la réglementation, et la mise en disponibilité de l'information.

II.2.1. Le groupe de la Banque Mondiale

Le groupe de la banque mondiale est créé lors des accords de Bretton Woods. Appartenant à 188 pays membres, il regroupe cinq institutions spécialisées qui contribuent à l'essor du commerce international. Ces institutions sont :

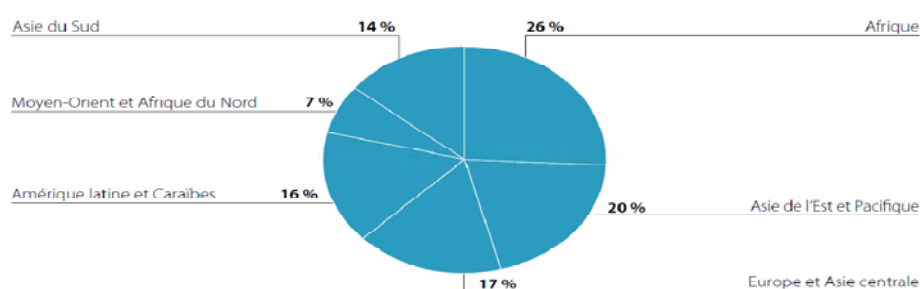
- La BIRD : banque internationale pour la reconstruction et le développement, elle finance les projets d'infrastructures et de développement.
- La SFI : société financière internationale, spécialisée dans l'aide au financement des projets privés rentables ayant une importance pour le développement.
- AID : association internationale pour le développement, son rôle est d'assister les PVD avec des crédits moins coûteux.

Les deux autres institutions sont la CIRDI, centre international pour le règlement des différends relatifs aux investissements. La MIGA, l'agence multilatérale de garantie des investissements.

Dans son 11^{ème} rapport "Doing Business" 2014, la Banque Mondiale notait que « *Un secteur privé florissant contribue à une société plus prospère, car il permet à de nouvelles entreprises de créer des emplois et de développer des produits novateurs* ». Durant son exercice de 2013, les crédits octroyés au secteur privé est de 18% par rapport au total. Le financement par région peut être présenté à travers la figure suivante ;

Graphique n°01 : prêt de la BIRD et crédit de l'IDA durant l'exercice de 2013.

(Pourcentage du total de 31 milliards de dollars)



Source : www.banquemondiale.org

II.2.2. La Banque Européenne d'Investissement

La Banque Européenne d'Investissement (BEI) contribue au financement des projets publics ou privés présentant un intérêt pour la communauté européenne. La BEI intervient également en dehors de l'UE pour soutenir la politique de l'Union avec ses partenaires.

Le rôle de la BEI dans le financement du commerce international dépasse la mise à la disposition des PME des moyens financiers, mais porte aussi sur l'encouragement des PME, renforcement de leurs compétitivités, les infrastructures et même les transports.

A titre d'exemple, la BEI encourage les entreprises européennes à s'installer en Algérie en mettant à leur disposition les moyens financiers nécessaires, et cette même banque a participé en 2009 au financement avec un prêt de 500 millions de dollars du gazoduc Medgaz qui relie l'Algérie et l'Espagne via la Méditerranée¹⁰

II.2.3 La Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement

La banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD), à sa création en 1991, sa mission est de participer à la reconstruction économique des pays de l'Europe centrale et orientale, ainsi que la promotion du secteur privé dans ces pays. Le secteur public n'est financé qu'à 40% de ses ressources.

Le rôle de la BERD dans le financement et le développement du commerce international est réellement constaté davantage à partir de 1999 avec la mise en place d'un programme d'aide aux échanges internationaux. Le programme en question a pour but d'encourager les échanges entre et avec les pays dont lesquels la BERD opère.

A travers ce programme, la BERD accorde des garanties aux banques internationales confirmatrices, prend en charge le risque politique et les risques commerciaux de non-paiement et fournit l'information et soutient les autres banques locales (émettrices).

II.3. Le développement des espaces économiques régionaux

Le développement des intégrations économiques régionales représente une force motrice pour le commerce mondial. L'UE demeure le modèle le plus distingué avec la suppression de toutes les barrières douanières, l'unification des normes, la libre circulation des personnes et des capitaux ont augmenté les échanges en volume et en valeur entre les pays de la zone.

¹⁰ <http://www.liberte-algerie.com/actualite/la-bei-veut-aider-les-entreprises-europeennes-a-sinstaller-en-algerie-87417/print/1>

Les échanges intra régions sont aussi importants dans d'autres zones de la planète telles que le MERCOSUR, qui regroupe les pays de l'Amérique Latine et centrale. Les échanges entre les pays de l'ASEAN, association des nations de l'Asie du Sud Est ont pris de l'ampleur. Mêmes caractéristiques pour les accords de libre-échange où on remarque que les échanges dans la zone de l'Amérique du Nord qui regroupe les Etats Unis d'Amérique, le Canada et le Mexique regroupés au sein de l'ALENA ont connu un essor spectaculaire ces dernières années.

II.4. Les modifications de l'environnement

Le commerce international actuellement n'évolue pas dans les mêmes conditions d'avant la seconde guerre mondiale. Les changements et les modifications de l'environnement international ont impacté d'une manière directe les échanges de biens et services à l'échelle planétaire.

II.4.1. La globalisation des marchés

Sous l'effet de la mondialisation, les produits imposent leurs caractéristiques au-delà du marché domestique à cause de la mondialisation de la mode et du goût. Grâce au phénomène de la mondialisation, un même produit est annoncé et lancé avec peu de décalage dans le temps sur de nombreux marchés.

II.4.2. La mondialisation de la sous-traitance

L'essor de la chaîne de valeur internationale est l'une des importantes caractéristiques de l'économie mondiale. Actuellement, la plupart des opérations de fabrication se réalisent dans des lieux différents. La fabrication mondiale est localisée là où le rapport coût- efficacité est meilleur. Ce nouveau découpage est dû au rôle des multinationales et leur prolifération à travers le monde. En 1969 il n'y avait que 7000 multinationales¹¹, ce chiffre est passé à 24000 en 1990. Actuellement (2014), il y'a 111000. Le commerce intragroupe représente la part du lion dans le commerce international des marchandises et services.

II.4.3. L'impact du transport international sur la réduction des effets de la distance

Le développement des moyens de transport (aérien, maritime et ferroviaire) a réduit les délais de livraison des marchandises. Malgré l'augmentation des frais de transport ces dernières années, les quantités de marchandises échangées restent importantes.

¹¹ Rapport sur le commerce mondial, OMC, 2014.

Le progrès technologique a transformé les navires cargos de fret dont la capacité moyenne est passée de moins de 20000 tpl en 1960 à environ 45000 tpl au début des années 1990. Le commerce maritime mondial qui était de 500 millions de tonnes en 1950, atteignait 42000 millions de tonnes en 1992¹².

Même évolution pour le transport aérien, depuis 1920, les constructeurs aéronautiques ont développé un avion-cargo qui a beaucoup contribué au transport de marchandises. En 1980, les coûts réels du transport aérien représentaient un quart par rapport aux coûts appliqués au début de la deuxième guerre mondiale. Cette baisse des prix a stimulé le commerce mondial

Le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) a rendu instantanée la transmission de l'information et les documents avec des prix très bas et des délais record.

II.5. Autres vecteurs de développement du commerce international

Le commerce international n'est pas influencé seulement par des organisations ou des institutions financières régionales ou internationales, mais aussi impacté par d'autres facteurs de nature différente. Le changement de l'environnement a permis l'évolution des IDE et l'émergence de nombreux pays tels que les BRIC'S, sont entre autres, des facteurs qui ont restructuré et développé le commerce international.

II.5.1. Le rôle des BRIC'S

Les BRIC'S, un acronyme regroupant cinq pays émergents qui sont le Brésil, la Russie, l'Inde, la Chine et l'Afrique du Sud. Ce groupe tente de plus en plus de redéfinir les règles internationales du jeu politique et du commerce. En 2004, l'Inde, le Brésil et l'Afrique du Sud ont mis en œuvre une stratégie commune pour imposer, au sein de l'OMC, des modifications portant sur la propriété intellectuelle¹³. Au cours de la même année, ces pays ont tenté d'apporter des réformes au sein de l'ONU. En juillet 2008, les BRIC'S avaient fortement critiqué l'accord climatique du G8 tenu au Japon.

L'impact des BRIC'S sur l'économie mondiale est très important. Le potentiel de croissance économique et la croissance du pouvoir d'achat à travers ces pays attire de plus en plus de multinationales qui cherchent la pénétration de leurs marchés. Les BRIC'S représentent également une aubaine particulière pour de nombreuses économies moins

¹² Rapport sur le commerce mondial, OMC, 2013.

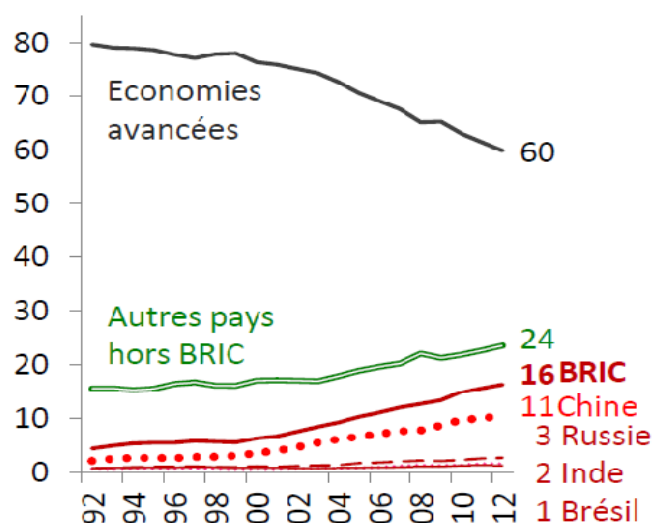
¹³ <http://www.afriqueexpansion.com/depeches-afp/16694-larchitecture-economique-mondiale-bousculee-par-les-brics.html> (consulté en avril 2015).

avancées, car le commerce entre ces deux groupes est en hausse constante depuis quelques années. Le commerce avec les BRIC'S n'offre pas seulement la possibilité d'élargir les marchés à l'exportation, mais aussi avoir accès à des importations moins coûteuses. Cette nouvelle dynamique dans le commerce international, brise un peu la relation classique Nord-Sud hérité de la colonisation.

Le graphique n°02 montre l'évolution du commerce extérieur des BRIC par rapport au commerce mondial entre 1992 et 2012. Au moment où la part des pays avancés a connu une baisse de 20%, celle des BRIC est passée de 5% à 16%.

Graphique n°02 : Evolution du commerce extérieur des BRIC.

Evolution en % du commerce mondial (X+ M)



Source : FMI, base de données WEO (avril 2013).

II.5.2. La création d'une banque commune des BRIC'S

C'est lors du 6ème sommet annuel tenu au Brésil que les BRIC'S ont signé un accord le 15 juillet 2014 portant sur la création d'une banque de développement et une réserve de change commune. Une initiative qualifiée, selon la présidente brésilienne¹⁴ « d'une bonne contribution importante pour la reconfiguration de la gouvernance mondiale ». Cette banque commune dont le siège sera basé à Shanguaï d'une capacité initiale de 50 milliards de dollars apportés par les pays membres, à terme, elle sera élevée à 100 milliards de dollars.

¹⁴ <http://www.afriqueexpansion.com/depeches-afp/16694-larchitecture-economique-mondiale-bousculee-par-les-brics.html>

Cette banque peut constituer un système alternatif aux institutions de Bretton Woods, le FMI et la Banque mondiale, dominées par les nations occidentales¹⁵.

L'objectif de la banque en question est de financer les grands projets d'infrastructures dans les pays concernés. Ses financements, à terme, peuvent concerner d'autres pays émergents.

L'importance de cette banque est que ses prêts ne relèveront pas de la conditionnalité contraignante, principe qui fera toute la différence avec le fonctionnement du FMI, qui attribue des crédits, en exigeant des réformes structurelles et une ingérence politique intolérable en contre partie de son aide¹⁶

Pour le deuxième accord portant sur l'instauration d'une réserve de change commune qui sera doté de 100 milliards de dollars, elle sera opérationnelle dès 2015. L'objectif de cette réserve est de protéger les pays membres contre d'éventuelles crises qui peuvent toucher leurs devises, et ils peuvent également prévenir de nouvelles difficultés économiques.

II.5.3. L'importance des zones franches

Avec leurs différences, les zones franches jouent un rôle important dans le développement des pays. Plusieurs exemples à travers le monde confirment cette hypothèse telles que les zones franches industrielles d'Asie, apparues durant les années 1950 dans les pays appelés aujourd'hui les dragons, en occurrence, Hong Kong, la Corée du Sud, Taiwan et Singapour ou aussi, les zones franches de proximité comme les maquiladoras, apparues au Mexique durant les années 1960.

Les zones franches industrielles d'exportation largement développées à la fin des années 1970¹⁷, sont devenues un facteur important de développement du commerce international. Les ZFIE ont amélioré l'insertion de plusieurs économies asiatiques dans l'économie mondiale, comme notamment l'Indonésie et le Philippines. Ce type de zone est aussi développé dans l'Amérique Latine et l'Afrique, notamment le Maroc et la Tunisie.

II.5.4. L'impact des IDE sur le commerce international

Les pays en développement se trouvent souvent confrontés à des problèmes de financement pour mener à terme leur politique économique globale. La concurrence est

¹⁵<http://www.afriqueexpansion.com/depeches-afp/16694-larchitecture-economique-mondiale-bousculee-par-les-brics.html>

¹⁶ www.fmi.com

¹⁷ BARBIER. Jean Pierre. « Zones franches industrielles d'exportation », édition Economica, 1997. P 06.

accrue entre les pays, quelque soit leur niveau de développement en ce qui concerne l'attractivité des IDE. Les IDE généralement génèrent des transferts de technologie, des effets d'apprentissage et peuvent faciliter l'accès aux marchés internationaux.

Certes, parfois les IDE peuvent provoquer des ventes sur place au pays d'accueil, ces ventes se substituent ainsi aux exportations à partir du pays d'origine. Mais les conditions de production dans les pays d'accueil peuvent contribuer à la compétitivité des firmes qui véhiculent les IDE et favorisent les exportations.

Section III : L'évolution du commerce mondial et sa structure

Les opérations du commerce international, traditionnellement, sont concentrées entre trois grandes zones qui sont l'Amérique du Nord, l'Europe et le Japon. Cette tripolarisation du commerce international a connu par la suite une restructuration due à l'émergence de plusieurs pays qui ont su améliorer leurs intégrations dans l'économie mondiale. Les pays du Sud, dont la plupart étaient pour longtemps spécialisés dans la production des matières premières sont devenus par la suite les acteurs de cette restructuration avec le rôle distingué de quelques pays du Sud-est d'Asie et d'Amérique Latine.

III. 1. Evolution du commerce mondial en volume et valeur

Depuis 1980, le commerce international s'est multiplié par quatre en volume et par dix en valeur pour atteindre 18000 milliards de dollars en 2011 et 18400 en 2014. Cette évolution vertigineuse est due à plusieurs facteurs (voir section II chapitre I). Mais le rôle de l'OMC (et du GATT) demeure très distingué. Cette dernière a beaucoup encouragé le commerce international dans un cadre de libre échange, puisque de la période allant de 1947 à 2001, les droits de douane ont connu un abaissement de 90%.¹⁸ Depuis 1950 jusqu'à 2000, le commerce s'est multiplié par 20, durant cette période, beaucoup de pays à l'échelle planétaire ont abandonné l'économie fermée au détriment de l'ouverture et le libre-échange.

Si la croissance du commerce international sur le long terme est positive, cela n'exclut pas qu'il a marqué quelques périodes de récession et de crise comme c'est le cas de 1981 à 1982, ainsi qu'en 2001, des interruptions dues à la contraction de l'économie américaine¹⁹ et

¹⁸ LCHAIB, Beghdad. « Les perspectives du commerce international », édition Houma, Alger 2012. P.75

¹⁹ http://www.cepii.fr/CEPII/fr/publications/economie_mondiale.asp (consulté en mai 2014).

une troisième rupture en 2009²⁰, lorsque la crise financière mondiale a provoqué une chute prononcée des échanges.

Le tableau n^o02 ci-dessous, montre l'évolution du commerce mondial en valeur depuis 1948 (une année après la mise en œuvre du GATT) jusqu'au 2011 ainsi que l'évolution spectaculaire des exportations et importation des membres du GATT et de l'OMC en pourcentage par rapport au commerce mondial.

Tableau n^o 02 : Evolution du commerce international entre 1948 et 2011 (en milliards USD)

Source : www.cepii.fr

	1948	1953	1963	1973	1983	1993	2003	2011
Monde	59	84	157	579	1838	3676	7377	17816
Exportations des membres du GATT et l'OMC (%)	63,4	69,6	75,0	84,1	78,4	89,3	94,3	93,8
Importations des membres du GATT et l'OMC (%)	58,6	66,9	75,3	85,5	81,3	88,7	94,8	95,9

III.2. La structure géographique du commerce international

La structure géographique du commerce international a connu des changements importants ces dernières décennies à cause notamment de la forte relation commerciale entre les pays du Sud ainsi que la régionalisation de ce dernier.

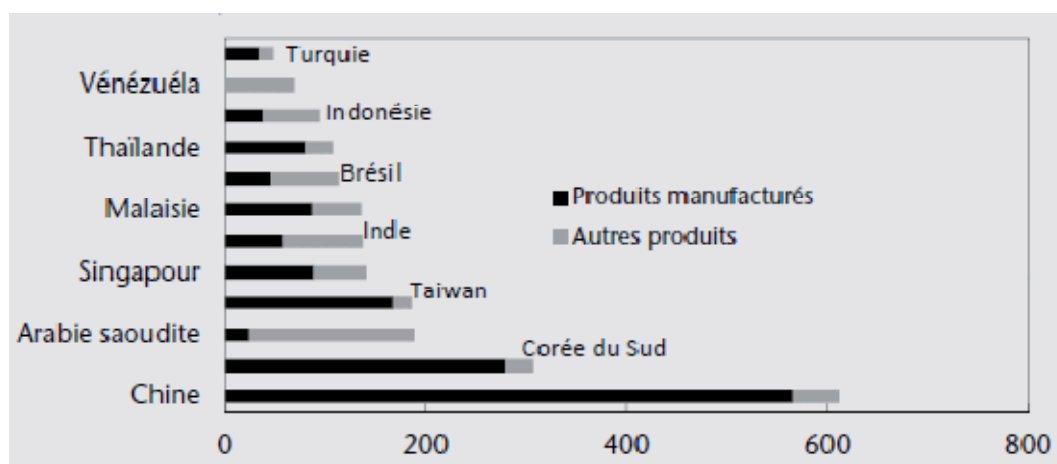
III.2.1. La montée des échanges Sud-Sud

L'évolution spectaculaire du commerce international en ce début de XXI^e siècle peut être constatée dans la progression des échanges entre les pays du Sud. Ces échanges représentent près d'un tiers du commerce mondial de marchandise. Cet essor est dû au développement de certain pays ainsi que leur différenciation et leurs stratégies d'industrialisations adéquates orientées essentiellement vers l'exportation. Ce décollage est constaté à un niveau avancé notamment en Asie où il y'a une complémentarité entre un certain nombre de pays asiatiques, notamment la Chine, l'Inde, le Singapour la Corée du Sud. Le poids de la Turquie et le Brésil demeure très remarquable dans les échanges Sud-Sud.

Le graphe n^o03 montre l'importance des produits manufacturés dans les exportations Sud- Sud en 2010.

²⁰ Idem

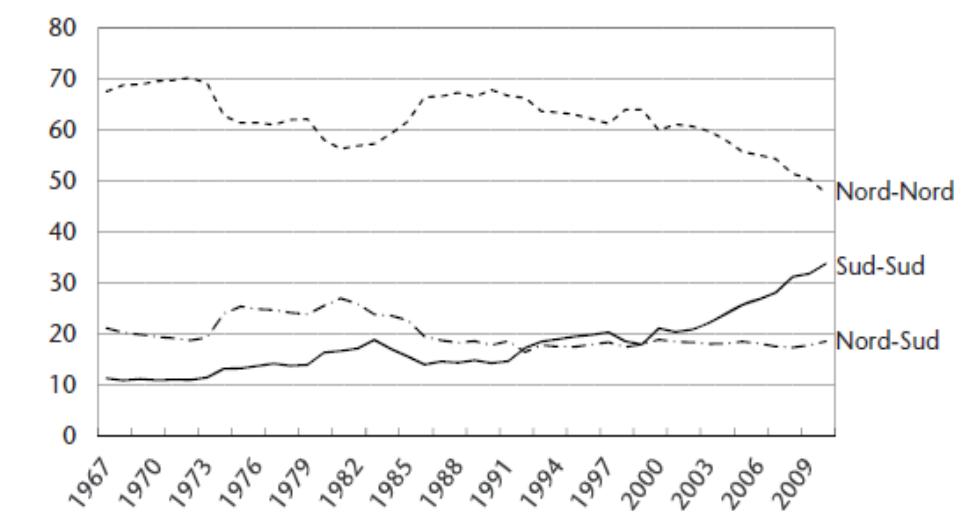
Graphique n°03 : Principaux exportateurs du Sud vers le Sud, 2010 (milliards de dollars).



Source: base de données Chelem- www.cepii.fr

La part des échanges Sud-Sud était de 10% en 1967. Une nette progression est enregistrée durant les années 1990. Ces échanges se sont accélérés durant les années 2000 pour atteindre plus de 30% en 2009 comme le montre le graphe ci-dessous. Ce nouveau flux a pris de l'ampleur au détriment des échanges Nord-Sud et ceux de Nord-Nord.²¹

Graphique n°04 : Nord et Sud dans le commerce mondial, 1967- 2010 (%).



Source: base de données Chelem -CEPII. www.cepii.org

On constate, à travers le schéma, que durant la période d'accélération des exportations Sud- Sud, il y'a stagnation des échanges Nord- Sud et baisse de la part des échanges Nord-

²¹Jean-Raphaël Chaponnière et Marc Lautier, article extrait sur http://www.cepii.fr/PDF_PUB/em/2013/em2013-06.pdf (consulté janvier 2015)

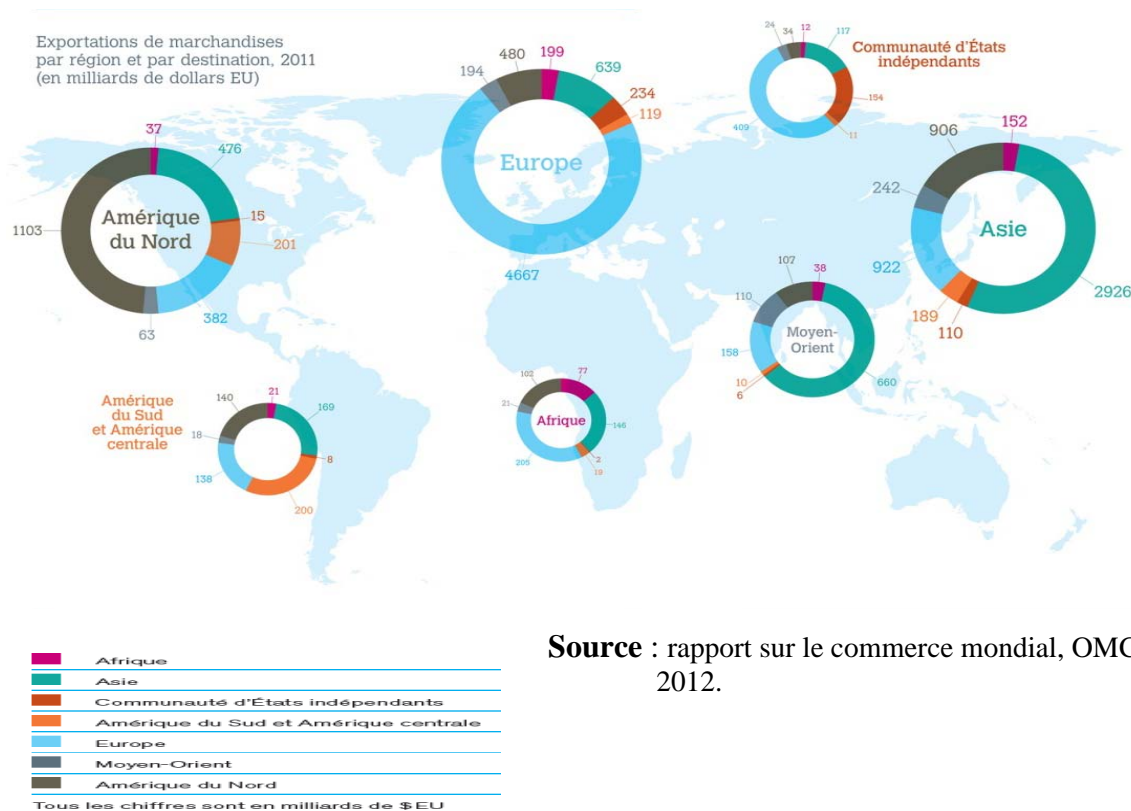
Nord. Le scénario de l'évolution des échanges Sud- Sud, à base de tendances actuelles pourraient atteindre 50% du commerce mondial en 2020²².

III.2.2. La forte régionalisation du commerce international

Le commerce intra régional est l'une des caractéristiques du commerce mondial. Certes, il est imposé de fait à travers toutes les régions notamment en Amérique du Nord, l'Europe et l'Asie, avec des degrés différents. En 2011, en Europe, 53% des exportations se faisaient vers les pays de la région. Pour la même année, en Amérique du Nord, 48% des exportations sont destinées aux membres de l'ALENA.

La figure n°04, montre les exportations par région et par destination en 2011 et à quel point le volume des échanges intra région est important. Selon le rapport du commerce mondial de 2012, les échanges intra régionaux de marchandises augmentent plus que les échanges interrégionaux.

Figure n°03: Exportations de marchandises par région et par destination, 2011 (en milliards de dollars).



Source : rapport sur le commerce mondial, OMC, 2012.

²² CEEPI, « Commerce mondiale 2013 », édition la découverte, page 101.

III.3. Les produits et les services les plus importants dans le commerce international

Le commerce mondial intègre une longue liste de produits et de services. Selon la classification de l'OMC, ils sont regroupés en catégories que nous présentons comme suit ;

III.3.1. Les produits les plus échangés

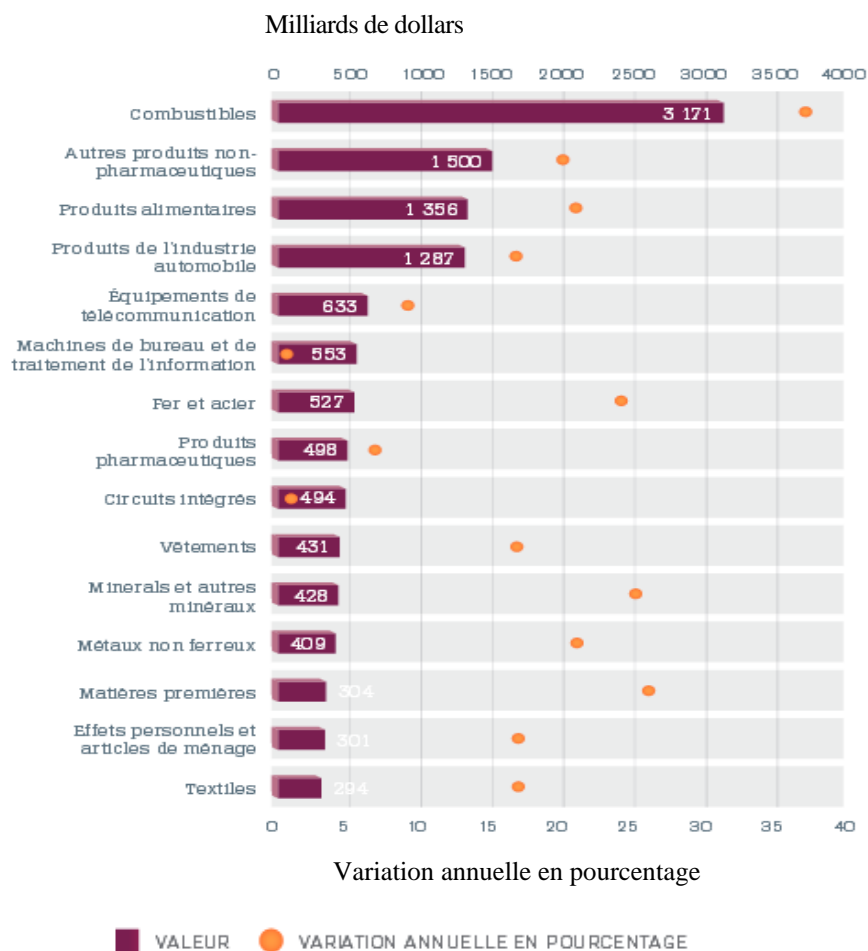
Selon le rapport sur le commerce mondial élaboré en 2012 par l'OMC, les produits les plus exportés dans le monde sont classés en quinze principaux groupes qui sont les suivants :

- Combustibles,
- Produits non pharmaceutiques,
- Produits alimentaires,
- Produits de l'industrie automobile,
- Equipements de télécommunication,
- Machines de bureau et de traitement de l'information,
- Fer et acier,
- Produits pharmaceutiques,
- Circuits intégrés,
- Vêtements,
- Minérales et autres minéraux,
- Métaux non ferreux,
- Matières premières,
- Effets personnels et articles de ménage,
- Textile.

A titre d'exemple, en 2011 les combustibles sont les plus vendus avec une valeur de 3171 milliards de dollars, cette valeur est due également à l'augmentation des prix de ces derniers. Le textile, toujours selon l'OMC, vient en quinzième position avec une valeur de 294 milliards de dollars. Et la Chine demeure le premier exportateur mondial pour une valeur de 94,4 milliards de dollars.

Les principaux groupes de produits, leurs valeurs ainsi que leurs croissances sont présentés dans la figure n°05.

Graphique n°05 : Exportations mondiales de marchandises par groupe de produit, 2011 (en milliards de dollars).



Source : rapport de l'OMC sur le commerce mondial, 2013.

Les produits agricoles ne sont pas présentés dans la figure ci-dessus élaborée par l'OMC. Alors que les exportations mondiales de cette catégorie de produits s'élevaient à 1 659²³ milliards de dollars en 2011.

III.3. 2. Commerce international des services

L'échange international des services a connu une progression remarquable ces dernières années. Les différents secteurs de services jouent un rôle de première importance dans les échanges courants de nombre de pays.

Le taux de croissance des échanges de services à l'échelle mondiale ces dernières années, selon les données de l'OMC est plus important que celui des biens. L'exportation des

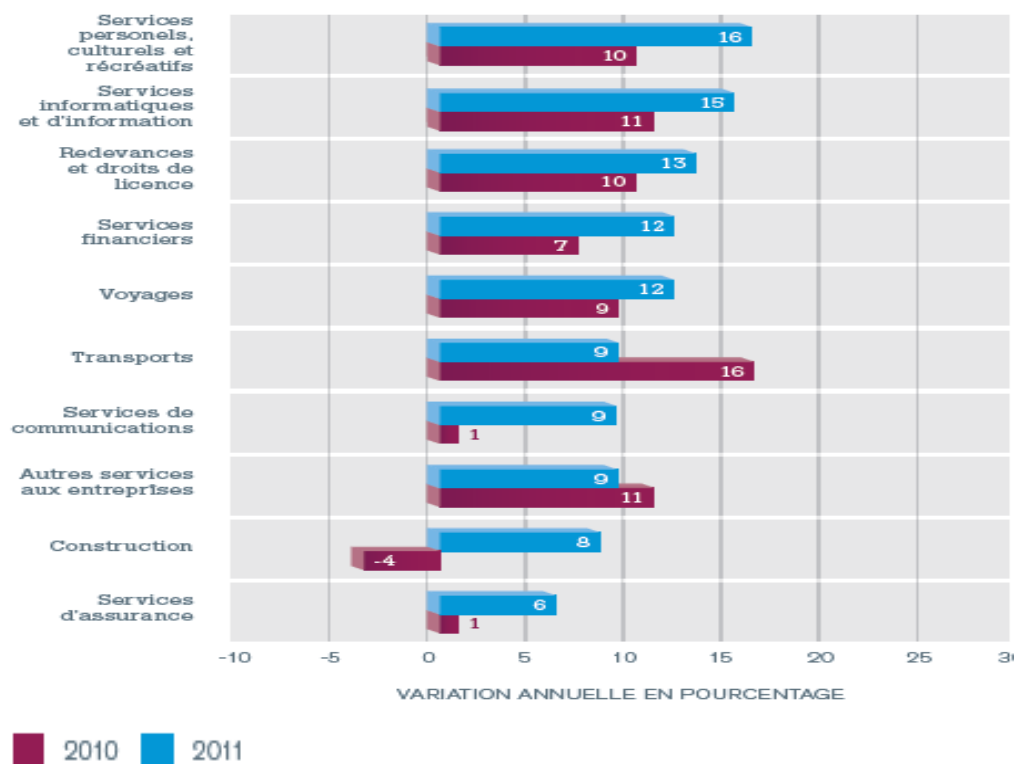
²³ Rapport sur le commerce mondial, OMC, 2012.

services contribue fortement à l'amélioration de la balance commerciale. Dans le cas du Royaume Uni par exemple, le solde de la balance des biens et services serait nettement plus déficitaire sans les services financiers.

Selon le rapport de l'OMC sur le commerce mondial, 2012, les services les plus commercialisés, comme l'indique dans le graphe n°06, ils sont classés en dix groupes qui sont les suivants :

- Services personnels, culturels et récréatifs
- Services informatiques et d'information
- Redevances et droits de licence
- Services financiers
- Voyage
- Transport
- Services de communication
- Autres services aux entreprises
- Construction
- Services d'assurance

Graphique n°06 : Exportations de services commerciaux par catégorie, 2010-2011.



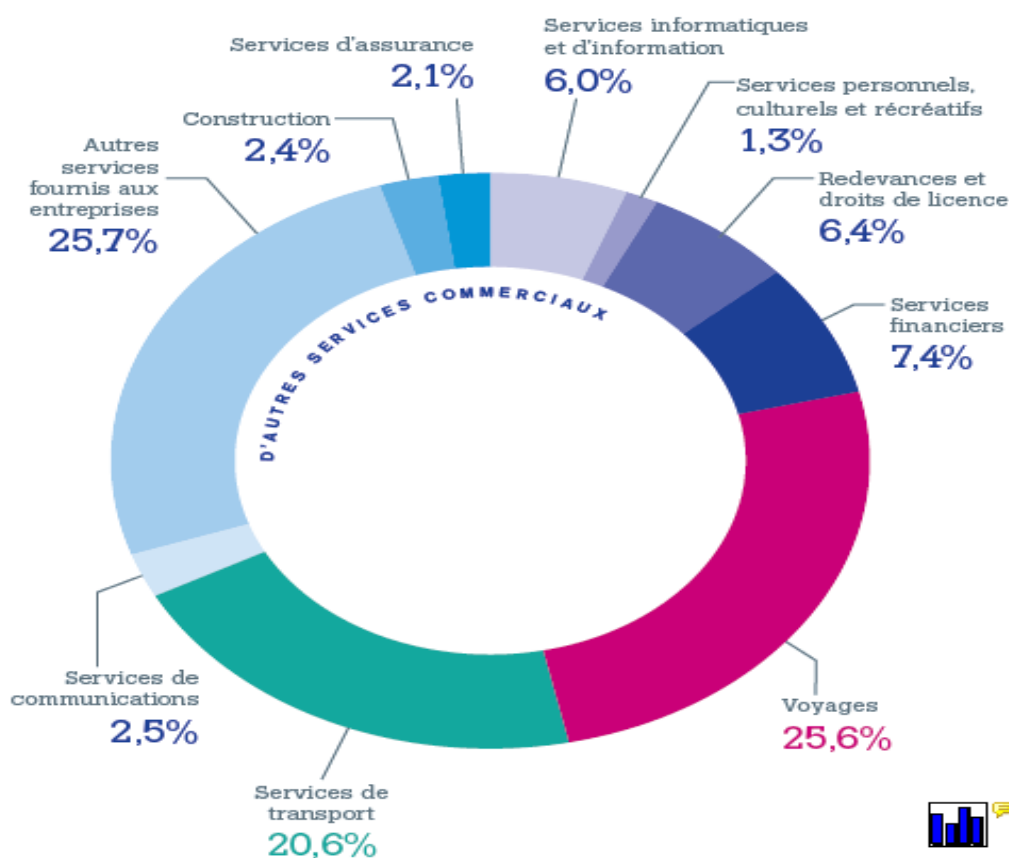
Source : rapport sur le commerce mondial, OMC, 2012.

Exemple sur la structure des services commerciaux à l'exportation :

A titre d'exemple, en 2011, plus de 70% des services exportés, relèvent des trois groupes qui sont les services fournis aux entreprises avec 25,7%, les voyages avec 26,6% et les services de transport avec 20,6%.

La répartition en pourcentage des services exportés en 2011 est présentée ci-dessous dans le graphique n°07 :

Graphique n°07 : Part des exportations totales de services commerciaux, 2011.



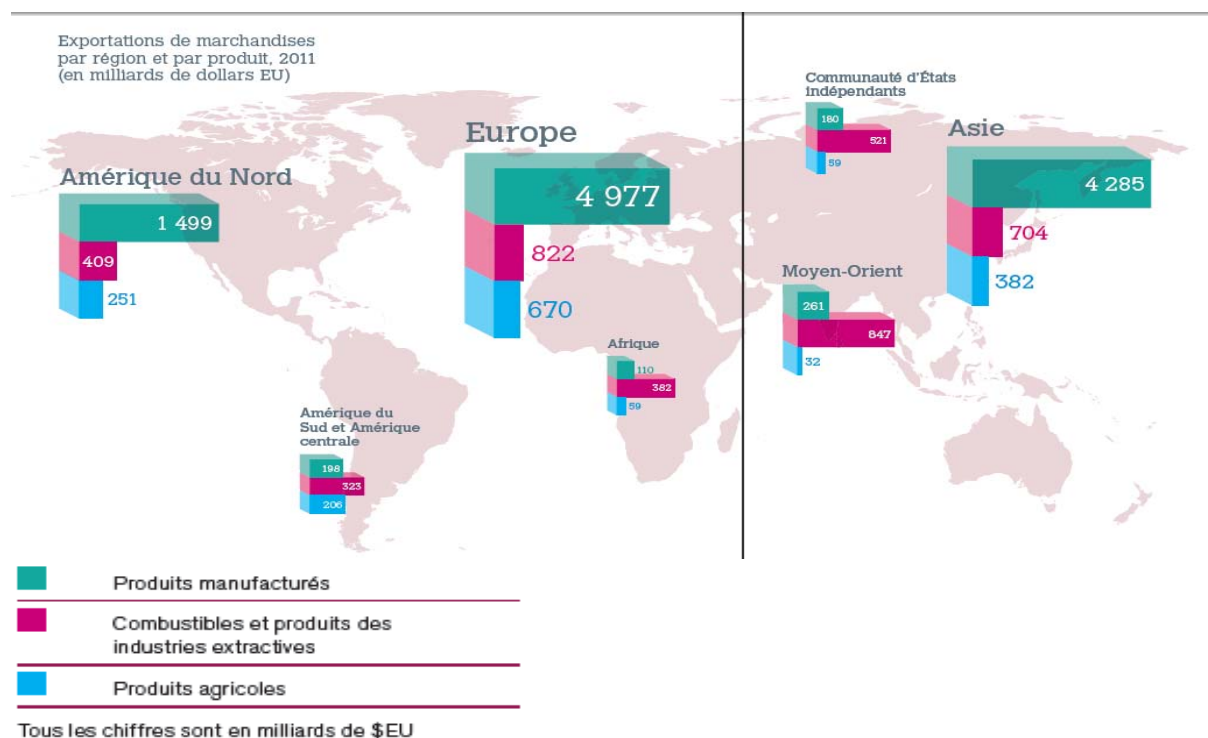
Source : rapport sur le commerce mondial, l'OMC, 2012.

III.4.1 Les exportations de marchandises selon les régions

Les multinationales jouent un rôle important dans le commerce international via les filiales des groupes implantés dans de nombreux pays à travers la planète. A côté du commerce intragroupe, il est aussi utile de mettre en exergue l'importance des échanges intra-zones. Comme on peut constater également les spécificités ou la spécialisation de chaque région dans la production et sa contribution dans le commerce international. La carte ci-dessous (figure n°05) nous montre qu'il y a deux catégories d'exportateurs, d'une part, l'Amérique du Nord, l'Europe et

quelque pays asiatiques dont la parts des produits manufacturés dans leurs exportations est très importante. D'une autre part, la communauté d'Etats Indépendants, l'Amérique Latine et l'Afrique, qui se spécialisent dans le commerce des combustibles et produits des industries extractives.

Figure n°04 : Exportation de marchandises par région et par produit, 2011.



Source : rapport sur le commerce mondiale, l'OMC, 2012. P.53.

Le commerce intra zone est renforcé également par les accords commerciaux et les intégrations économiques les plus performantes. C'est ce qui explique d'une manière le volume des échanges en Amérique du Nord dans le cadre de l'ALENA ; accord de libre-échange de l'Amérique du Nord qui regroupe les Etats Unis d'Amérique, le Canada et le Mexique. Selon les données de l'OMC en 2012 la valeur d'échange entre ces trois Etats est de 2159 milliards de dollars.

Même constats pour d'autres régions de sud est d'Asie dans le cadre de l'ASEAN ou l'UE.

Le commerce intra zone par rapport aux régions citées ci-dessus est faible en Amérique latine, malgré l'existence du MERCOSUR, faibles au Moyen Orient et surtout en Afrique.

Conclusion :

La première formulation théorique, qui avait pour objet l'explication du commerce international, revient à Adam Smith, basé sur l'avantage absolu, et cela depuis un peu plus de deux siècles. Depuis, de nombreuses théories se sont succédé. Si les unes n'étaient qu'un prolongement des anciennes dont l'approche ricardienne est la plus développée, les autres sont apparues pour remettre en cause et critiquer les anciennes théories avec bien sûr des apports nouveaux plus explicatifs compatibles à chaque contexte économique. La totalité de ces théories ont tenté d'expliquer les échanges commerciaux entre les nations dans un cadre de libre échange en absence de toute barrière douanière quelque soit leurs natures.

Après la deuxième guerre mondiale, beaucoup de facteurs ont influé positivement l'évolution du commerce international. Les organisations onusiennes, les institutions de Bretton Woods (le FMI et la banque mondiale) ainsi que les intégrations régionales, avaient un rôle particulier dans cette évolution.

Le rôle du GATT et aussi l'OMC est très significatif notamment en ce qui concerne la libéralisation des échanges et la suppression progressive des barrières douanières tarifaires et non tarifaires. Actuellement, presque la totalité du commerce mondial est concentrée entre les pays membres de l'OMC.

La mondialisation a imposé à de nombreux pays l'accélération et l'amélioration de leur intégration dans l'économie internationale. La participation dans la chaîne de valeur internationale est inévitable à une nation pour qu'elle prenne part dans le commerce international. Pour atteindre cet objectif, les pays développent des politiques économiques globales en se basant sur la diversification et l'exportation. L'attractivité de IDE ainsi que la mise en œuvre des zones franche à l'exportation étaient des facteurs clés pour beaucoup de pays pour stimuler leurs exportations.

Actuellement, la concurrence internationale est très accrue dans de nombreux domaines d'activité. Une course interminable entre les nations vers les innovations. L'intensité des innovations, justement relève des compétences de chaque pays dans le domaine de la recherche et développement. La mise en œuvre des nouveaux procédés et produits, joue un rôle déterminant dans l'amélioration et la performance des exportations de produits qui nécessitent d'énormes investissements technologiques.

Beaucoup de pays du Sud ont réussi le pari, particulièrement les pays de Sud-Est asiatique. Pour ces pays, ils ont pu diversifier leur économie en dehors du processus de

Washington, mais selon un modèle purement asiatique basé sur la déversification de la production et l'orientation vers les marchés étrangers.

Il est aussi important de mentionner l'émergence spectaculaire de quelques économies comme le BRIC'S, notamment la Chine qui est le premier exportateur mondial depuis 2009. Les pays de BRIC'S ont gagné d'importantes parts de marchés à l'exportation au détriment des pays du Nord. Les BRIC'S ont su élaborer des stratégies et conjuguer conjointement des efforts afin d'atteindre ce niveau de développement de leurs exportations, et cela demeure un modèle à suivre pour les autres pays en développement et au particulier l'Algérie.

Chapitre II

L'évolution du secteur privé algérien et sa situation actuelle.

Introduction

L'Algérie, au lendemain de son indépendance, a opté pour le socialisme avec une politique de développement basée sur l'industrialisation autocentrée. Pendant environ 30 ans, toutes les activités économiques, jugées stratégiques, relevaient exclusivement du rôle de l'Etat, et le secteur public était la colonne vertébrale de cette politique de développement. Le secteur privé, quant à lui, était marginalisé à cause d'une part le régime socialiste et d'une autre part, la dure législation qui limitait ses initiatives et qui n'offrait pas les conditions favorables pour une meilleure intégration dans l'économie nationale.

L'objet de ce deuxième chapitre, composé de trois sections, est la présentation et l'évolution du secteur privé national depuis l'indépendance jusqu'à la période récente.

La première section traitera de l'évolution du capital national privé à l'époque socialiste et sa transformation à travers les différents codes d'investissement et ordonnances.

La privatisation qui consiste au transfert des moyens de production étatiques pour le secteur privé sera l'objet de la deuxième section.

La troisième section sera réservée au passage graduel à l'économie de marché, caractérisée par des nouvelles données qui restructure l'environnement économique avec l'ouverture, les accords commerciaux, l'accord d'association avec UE et l'éventuelle adhésion de l'Algérie à l'OMC.

Section I: La réalité du secteur privé national et son développement après l'indépendance

Dans cette première section, nous essayons de présenter un peu l'historique du secteur privé depuis l'indépendance, sa place dans la planification nationale et le climat général de son développement à l'ère de l'économie socialiste ainsi que les différents codes d'investissement qui ont traité la question du secteur privé.

I.1. L'historique du secteur privé national

C'est lors du congrès de Tripoli en 1962 que le projet le développement économique de l'Algérie post indépendance est soumis à un plan d'ensemble dont la mission est assurée pleinement par l'Etat. Ce dernier, s'est approprié de la mise en place d'une base industrielle et de tous les secteurs stratégiques, en mettant à l'écart le secteur privé qui voit son rôle limité à la production de biens de consommation et l'artisanat.

La charte de Tripoli était claire sur ce sujet; «... *Il appartient à l'Etat de réunir les conditions nécessaire à la création d'une industrie lourde. A aucun prix, l'Etat ne doit contribuer, comme cela s'est fait dans certains pays, à créer une base industrielle au profit de la bourgeoisie locale...*».

L'Algérie de post indépendance n'a donné aucune chance à l'émergence d'une élite économique nationale. Selon Abderrahmane Hadj- Nacer : «...*Il fallût éliminer ceux qui n'étaient pas favorables aux expérimentations socialistes de la période...*»¹. L'initiative privée parvenue des restes de la bourgeoisie algérienne est ainsi étouffée par les décideurs politiques. Selon le même auteur : «... *l'Algérie se privait d'un seul coup du moyen de générer des entrepreneurs capables à son décollage économique et industriel* »²

Le rôle du secteur privé dans le développement économique du pays est souvent lié à la volonté de l'Etat et les objectifs fixés à travers les différents plans de développement. Puis, il a fallu attendre la fin des années 1980, pour que le secteur privé ait un cadre favorable à son développement. Suite au passage graduel à l'économie de marché, la succession des codes d'investissements qui ont accordé plus d'avantages, de conditions favorables et de garanties pour les entrepreneurs privés.

¹ HADJ-NACER. Abderrahmane. « La martingale algérienne, réflexion sur une crise », édition Barzakh, Alger, 2012. P. 45

² Ibid

I.2. Faible développement et transformation du secteur privé

Devant le monopole de l'Etat et le mouvement de nationalisation, le capital privé progressait dans la difficulté. L'évolution du cadre législatif a permis au cours des années 1970 et 1971 l'émergence d'un secteur privé industriel. Cette émergence qui n'est que le résultat d'un curieux paradoxe d'un Etat anti-capitaliste qui a subventionné les plus grosses entreprises privées¹. De larges subventions et avantages accordés aux anciens moudjahidines et aux anciens du FLN. Les premiers investisseurs travaillaient dans une totale paix sociale assurée par la répression de tout mouvement syndical et également un marché intérieur fermé aux importations.

Pour ce qui est de la transformation du capital privé, et en suivant les plans de développement tracés par l'Etat, il a connu des migrations vers des branches plus rentables (du textile vers le plastique, de l'alimentation vers le cosmétique, de la chaussure vers la sécurité - l'incendie).

I.3. La place du capital privé national dans les différents codes d'investissements

Le capital privé était l'objet d'une préoccupation des différents décrets, codes et lois portants sur l'investissement. Nous présentons ici la place de l'entrepreneuriat privé dans ces différents textes selon l'ordre chronologique de leur émission.

I.3.1. L'ordonnance n^o 66 – 284 du 15/09/1966 portant code des investissements

Ce code détermine le cadre dans lequel est organisé l'intervention du capital privé dans les diverses branches d'activité économique. Il a pour objet de pallier les insuffisances de la loi n^o 63- 277 du 26/07/1963 en définissant les principes d'intervention de ce capital tant étranger que national.

S'agissant des principes, la présente ordonnance autorise le secteur privé à investir dans l'industrie et le tourisme, et aussi pour les branches reconnues vitales pour l'économie nationale. L'Etat peut également lancer des appels d'offres de création d'entreprises dans tous les secteurs prioritaires pour le développement. Cette ordonnance prévoit, si nécessaire, l'association de l'Etat avec le capital privé et toutes les entreprises créées ou développées et agréées, peuvent être reprises par l'Etat en contrepartie d'une indemnité.

Tous les secteurs vitaux de l'économie sont réservés à l'Etat. Cependant, ce dernier peut faire appel au secteur privé pour la réalisation de ces projets mais toujours sous son contrôle.

I.3.2. Loi n^o 82- 11 21/08/1982 relative à l'investissement économique national privé

Cette loi comme les précédentes, du fait qu'elle a fixé le capital privé dans une position secondaire par rapport au secteur public. Elle incite le secteur privé à élargir les capacités productives du pays, à la création d'emploi tout en réalisant la complémentarité du secteur socialiste avec la sous-traitance. Dans son article 11, elle détermine les domaines d'investissements ouverts au secteur privé tels que le bâtiment, les travaux publics, le tourisme, l'hôtellerie, le transport terrestre des voyageurs et des marchandises.

Dans l'article 13, aucun projet n'est réalisable qu'après agrément préalable accordé par l'Etat. Et cet agrément peut cesser de produire ses effets dans le cas où l'entrepreneur n'a pas respecté ses engagements.

I.3.3. Loi n^o 88- 25 du 12/07/1988 relative aux orientations des investissements économiques privés nationaux

Cette loi a apporté des précisions sur les secteurs jugés stratégiques et dont le secteur privé n'a pas le droit d'investir, notamment le système bancaire, les assurances, les mines et les hydrocarbures, la sidérurgie de base, les transports aériens, ferroviaires et maritimes.

Dans l'article 7 de la présente loi est rappelé à contribuer à la substitution des importations et de développer des activités et des services en vue d'exportation.

I.3.4. Décret législatif n^o 93-11 du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement

Le présent décret est intervenu avec le début de l'ouverture économique, et il fixe le régime applicable aux investissements privés nationaux et étrangers, qui peuvent être réalisés non expressément réservés pour l'Etat.

L'article 07 du présent décret, prévoit la mise en œuvre d'une agence auprès du Chef du gouvernement, chargée de promotion, de soutien et de suivi des investissements.

Création également d'un guichet unique au sein de l'agence qui regroupe les administrations et les organismes concernés par les investissements.

Dans l'article 15, le décret accorde des avantages supplémentaires pour des projets représentant un intérêt particulier pour l'économie nationale (dimension du projet, technologie utilisées...)

L'article 25 est consacré à la création des zones franches, les modalités d'installation et les avantages accordés aux investissements dans ces zones.

I.3.5. L'ordonnance n^o01- 03 du 20/08/2001 relative au développement des investissements

Cette ordonnance porte essentiellement sur les organes de l'investissement créés par le gouvernement et qui sont :

- Le conseil national de l'investissement, CNI.
- L'agence nationale de développement de l'investissement, ANDI.
- Le guichet unique créé au sein de l'agence.

I.3.6. L'ordonnance n^o06 – 08 du 15/07/ 2006 relative au développement des investissements

La présente ordonnance modifie et complète l'ordonnance du 20/08/2001. Les modifications portent essentiellement sur l'amélioration du fonctionnement de l'administration, notamment en ce qui concerne les délais de traitement des dossiers de projets d'investissement par les organismes concernés. Cette ordonnance a accordé quelques avantages fiscaux pendant la réalisation et l'exploitation.

I.3.7. L'avant projet du nouveau code d'investissements (2015)

Dans ce projet du nouveau code, le gouvernement n'a pas nié l'existence de la bureaucratie et du blocage qui freinent la réalisation de nouveaux projets d'investissement. Le nouveau code en question, prévoit la suppression de l'accord préalable du CNI, cette démarche permettra de libéraliser davantage l'action d'investir en Algérie.

Ce nouveau code d'investissement est un « *texte de seconde génération qui épouse la nouvelle politique économique du pays et qui permettra une stabilité, une transparence et une lisibilité du cadre juridique régissant l'investissement* »³.

³ Le ministre de l'industrie, extrait de ; http://www.leconews.com/fr/actualites/nationale/investissement/un-avant-projet-de-loi-sur-la-pme-en-preparation-03-10-2015-175354_360.php

Section II : La privatisation et les caractéristiques du secteur privé

Le modèle de développement économique, basé sur l'industrie industrialisante pour lequel l'Algérie a opté a été maintenu jusqu'à 1985⁴ grâce aux importantes recettes générées des exportations des hydrocarbures au cours des années 1970, ainsi que l'endettement extérieur. Suite à la crise de 1986 (l'endettement et la chute des prix du pétrole), qui a montré la vulnérabilité de l'économie nationale, l'Algérie était contraint d'engager un vaste processus de réformes structurelles depuis 1988.

Ces réformes sont accompagnées par un programme d'ajustement structurel dicté par le FMI et la banque mondiale dans le cadre du Consensus de Washington. L'Algérie a signé deux accords stand-by avec le FMI dont le premier en mai 1989 et le deuxième en juin 1991. Ces deux accords sont suivis d'un accord de confirmation signé en mai 1994. Pour avoir accès aux crédits, l'Algérie a accepté les commandements du FMI, dont la privatisation. Pour le docteur A. MEBTOUL, président de l'Association pour le Développement de l'Economie de Marché, ADEM estimait que : *«la privatisation est justement l'une des conditionnalités du FMI pour la signature de l'accord élargi de 03 ans à partir de 1995»*⁵. L'objectif de la privatisation dans le cadre négocié avec les institutions de Bretton Woods est le désengagement de l'Etat de l'activité économique et permettre ainsi au secteur privé de prendre la relève. Le secteur privé considéré plus efficace que le public de fait qu'il n'est pas soumis aux décisions et comportements idéologiques des responsables politiques.

II.1. L'origine législative des privatisations

La législation algérienne en matière de privatisation a été mise en place en deux phases.

- Première phase.

Cette première phase, a débuté avec les articles 24 et 25 du décret exécutif n°94-08 du 26 mai 1994 portant loi de finances complémentaire 1994.

L'article 24 autorise la vente des parts d'actifs des EPE, spécifiquement du matériel de production ou des unités de production.

L'article 25 autorise la vente d'actions à des actionnaires privés jusqu'à l'équivalent de 49% des actions.

⁴SADI. Nacer Eddine. « La privatisation des entreprises publique en Algérie», édition l'Harmattan, 2011. P.41

⁵REBAH. Abedelatif. «Economie algérienne, le développement national contrarié». Edition INAS 2011. P.158.

- Deuxième phase.

La deuxième phase a débuté avec la promulgation d'un texte spécifique, soit l'ordonnance n° 95-22 du 26 août 1995 relative à la privatisation des entreprises publiques. Cette phase est caractérisée par l'émission des principaux textes législatifs relatifs à la privatisation des entreprises publiques, ses modalités et son organisation.

La privatisation s'est mise en place réellement en 96/97 avec l'installation des organes décisionnels spécifiques qui sont le conseil national de privatisation (CNP) et la commission de contrôle des opérations de privatisation.

II.1.1. Les principales actions de privatisation

Dès le début des privatisations, la procédure a porté sur des entreprises de nombreux domaines; brasseries, briqueteries, pharmacies, établissements touristique, l'eau minérale...etc.

Avec la promulgation des textes législatifs et réglementaires relatifs à la privatisation des entreprises publiques, trois principales actions de privatisation d'envergure ont été engagées:

- Cession aux salariés des actifs des entreprises publiques locales dissoutes.
- Cession aux investisseurs nationaux /étrangers par appel offre.
- Privatisation par le marché financier en introduisant en bourse les entreprises ERIAD-SETIF, SAÏDAL et EL AURASSI.

Le mode de privatisation le plus performant est la cession d'actifs aux salariés (959 entreprises). Cette politique a permis quand même le maintien du niveau de l'emploi à un certain niveau.

Une autre forme de privatisation est faite avec une vente aux enchères. La privatisation a favorisé l'émergence d'un secteur privé.

Certes, la privatisation a permis d'accroître les capacités privées de production. Mais le capital privé national, pour des raisons sociales et historiques ne pouvait pas acquérir des entreprises plus au moins importantes devant les investisseurs étrangers ayant des capacités financières suffisantes.

Tableau n⁰03 : privatisation par type de preneurs 2003/ 2007.

Nombre d'opération	2003	2004	2005	2006	2007	total
Privatisation totale	5	7	50	62	68	192
Privatisation partielle >50%	1	2	11	12	7	33
Privatisation partielle <50%	0	3	1	1	6	11
Reprises par les salariés	8	23	29	9	0	69
Partenariats (joint-ventures)	4	10	4	2	9	29
Total	20	58	113	116	110	417

Source : site internet de MIPEM, http://www.mipi.dz_frphp?=-privettitre=priv5 (consulté en février 2014).

II.2. Les caractéristiques du secteur privé national

Au cours des six premiers mois de 2013, le nombre des PME (publiques/privées) s'élève à **747 934** entités⁶. Environ 60% sont constituées en personnes morales, le reste est constitué soit de personnes physiques (18,27%), soit d'entités exerçant dans les activités artisanales (22,57%). On recense par ailleurs, 547 entreprises de type EPE. Ces chiffres montrent la dominance des PME privées avec un taux de 99,93% contre seulement 0,07% d'entreprises publiques de type EPE.

Malgré la dominance du secteur privé, ce dernier est également caractérisé par un déséquilibre dans sa structure à cause de la prédominance des PME personnes morales et les PME activant dans le secteur d'artisanat.

Ces différents chiffres qui montrent la structure des PME en Algérie sont présentés dans le tableau n⁰ 04;

⁶ MPMEPMI. Bulletin d'information n⁰ 23. Novembre 2013.

Chapitre II: L'évolution du secteur privé algérien et sa situation actuelle

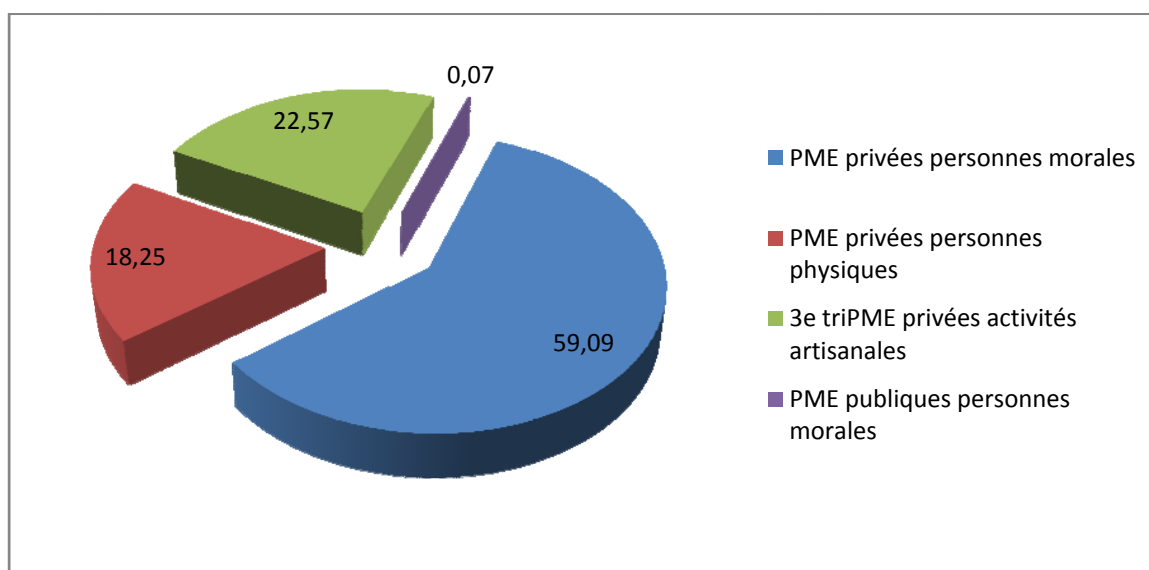
Tableau n° 04: Population globale des PME à la fin du 1^{er} semestre 2013.

Types de PME	Nombre de PME	Part (%)
1. PME privées		
Personnes morales	441964	59,09
Personnes physiques	136622	18,27
Activités artisanales	168801	22,57
S/ Total1	747387	99,93
2. PME publiques		
Personnes morales	547	0,07
S/ Total1	547	0,07
Total	747934	100

Source : Ministère de l'industrie. Bulletin d'information statistique n° 23 (novembre 2013).

La dominance des PME privées par rapport aux PME publiques est remarquable à travers la présentation graphique ci dessous;

Graphique n°08 : Population globale des PME à la fin du 1^{er} semestre 2013.



Source : Ministère de l'industrie. Bulletin d'information statistique n° 23 (novembre 2013). (Compatible aux chiffres du tableau n° 04).

A travers la figure supra, on constate que la population des PME en Algérie est dominée par les PME privées à hauteur de 99,03%.

II.2.1. Evolution des PME privées par secteur d'activité

Quand on évoque les PME privées, il est important de les distinguer en trois principales catégories selon la classification du ministère des PME, qui sont les personnes physiques, les personnes morales et l'activité artisanale, et les concepts sont définis comme suit :

Personne physique⁷ : une personne physique est, au sens du droit, une personne humaine à laquelle on a attribué une personnalité juridique et la jouissance des ses droits afin d'exercer une activité professionnelle.

Personne morale⁸ : c'est un regroupement de personne formant une association, une société, une fondation ou autre ; jouissant de même qu'une personne physique d'une personnalité juridique est d'un patrimoine collectif. Sur le plan économique, une personne morale est une entreprise avec un statut juridique.

Activité artisanale⁹ : il est entendu par une activité artisanale toute activité de production, de création de transformation, de restauration d'art, d'entretien, de réparation ou de prestation de services, à dominante manuelle exercée.

À la fin du 1er semestre 2013, les PME privées déclarées s'élèvent à **747 387**, réparties

Tableau n^o 05 : les trois principales catégories des PME privées.

Personnes morales	Personnes physiques	Activités artisanales
441 964 [59,09%]	136 622 [18,27%]	168 801 [22,57%]

Source : Ministère de l'industrie. Bulletin d'information statistique n^o 23 (novembre 2013).

II.2.2. Evolution des PME privées par secteurs d'activité (personnes morales)

Le nombre des PME privées (personnes morales) relève à 441964 à la fin du 1^{er} semestre 2013. Ces PME exercent pratiquement dans tous les secteurs d'activité économique, mais comme le montre le tableau n^o 04, le domaine des services est dominant avec presque la moitié des PME, suivi de celui des BTPH et l'industrie.

⁷ Bulletin d'information statistique de la PME, ministère des PME et de la promotion de l'investissement

⁸ Idem

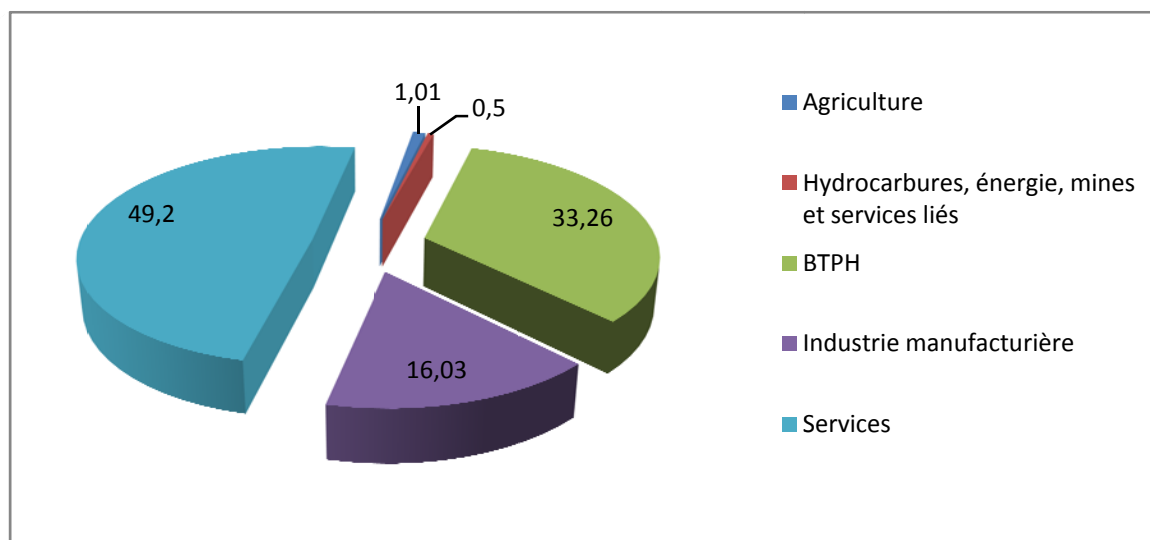
⁹ Idem

Tableau n° 06 : La répartition des PME privées par secteur d'activité (personnes morales).

Secteur d'activité	1 ^{er} semestre 2012	Parts (%)	1 ^{er} semestre 2013	Parts (%)
Agriculture	4142	1,02	4458	1,01
Hydrocarbures, énergie, mines et services liés	2014	0,49	2217	0,50
BTPH	139875	34,30	147005	33,26
Industrie manufacturière	65859	16,15	70840	16,03
Services	195889	48,04	217444	49,20
Total général	407779	100	441964	100

Source : Ministère de l'industrie. Bulletin d'information statistique n° 23 (novembre 2013).

Graphique n° 09 : répartition des PME privées par secteur d'activité.



Source : conception personnelle à partir des données du tableau n° 06.

Selon la figure n° 09, on constate que le secteur des services est dominant avec une part de 49,2%. La deuxième caractéristique est aussi la faiblesse du taux des PME qui activent dans le domaine agricole et elles ne représentent que 1,01% du total des PME.

Le secteur des services et de l'industrie regroupent les domaines d'activité suivants:

Services :

- Transport et communication
- Commerce

- Hôtellerie et restauration,
- Services fournis aux entreprises
- Services fournis aux ménages
- Etablissements financiers
- Affaires immobilières
- Services pour collectivités.

Services liés aux industries :

- Services et travaux pétroliers
- Eau et énergie
- Hydrocarbures

Industries :

- Mines et carrières
- ISMME
- Matériaux de construction
- Chimie, plastique
- Industrie agroalimentaire
- Industrie du textile
- Industrie du cuir
- Industrie du bois et papier
- Industries diverses.

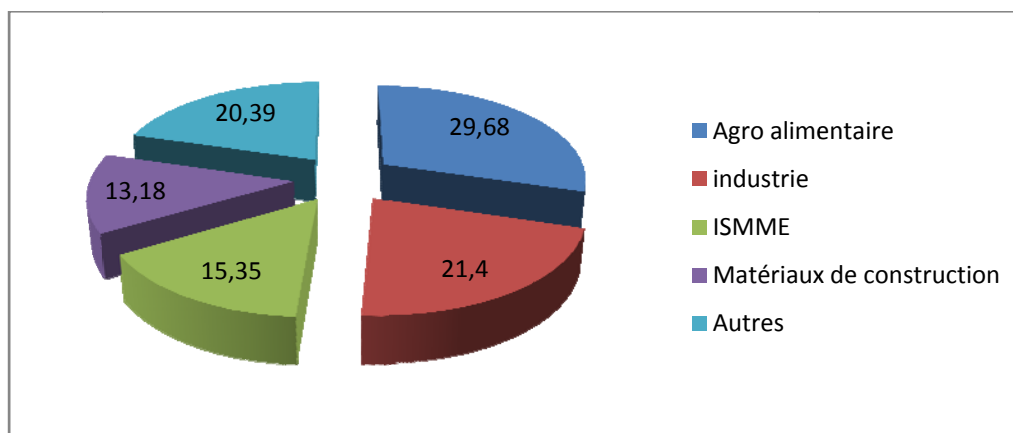
Pour le secteur industriel, les PME opèrent principalement dans les domaines suivant¹⁰

:

- **Industries agro-alimentaires**, avec 21 022 PME (29,68% des PME/PMI).
- **Industries du bois et du papier**, avec 15 157 PME (21,40% du total de PMI).
- **ISMME**, avec 10 875 PME (15,35% du total de PMI).
- **Matériaux de construction**, avec 9 337 PME (13,18% du total de PMI).
- **Autres domaines de l'industrie** ; 20,39% des PME.

¹⁰ Bulletin d'information statistique n° 23, Ministère de l'industrie, novembre 2013.

Graphique n° 10 : Répartition des PME privées du secteur industriel selon le domaine d'activité.



Source : conception personnelle à partir des données du Ministère de l'industrie. Bulletin d'information statistique n° 23 (novembre 2013).

On constate qu'il y'a pratiquement un équilibre en ce qui concernent le nombre de PME qui opèrent dans les différents secteurs industriels, mais l'industrie algérienne à présent demeure dominée par l'agroalimentaire avec plus d'un quart des PME.

II.2.3. La répartition des PME privées par taille au premier semestre 2013

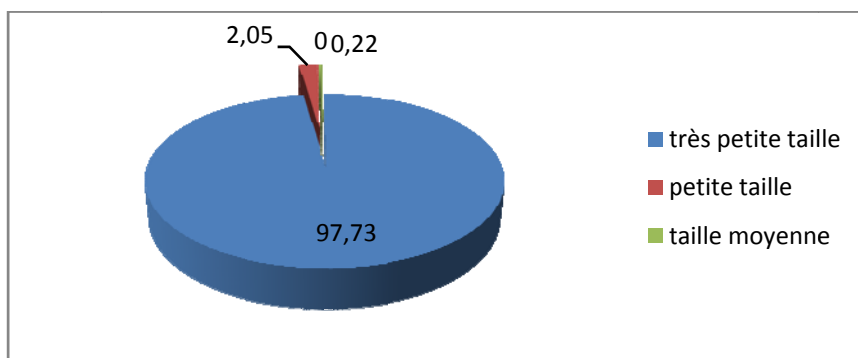
A l'exception de quelques entreprises de grande taille, telles que CEVITAL, ETRHB, CONDOR, le secteur privé national est dominé par les PME dont la taille est très petite. A titre d'exemple, pour l'année 2013, au 1er semestre, on enregistre **21847** nouvelles entités personnes morales réparties comme suit :

Tableau n° 07: La répartition des PME privées par taille au premier semestre 2013.

Taille des l'entreprises	Tranche d'effectif	Nombre d'entités	Part dans le secteur privé (%)
Très petite taille	de 1 à 9 salariés	21351	97,73
Petite taille	de 10 à 49 salariés	447	2,05
Taille moyenne	de 50 à 250 salariés	49	0,22

Source: Tableau conçu à partir des données du bulletin d'information statistique de la PME n° 23, de novembre 2013, élaboré par le ministère de l'industrie.

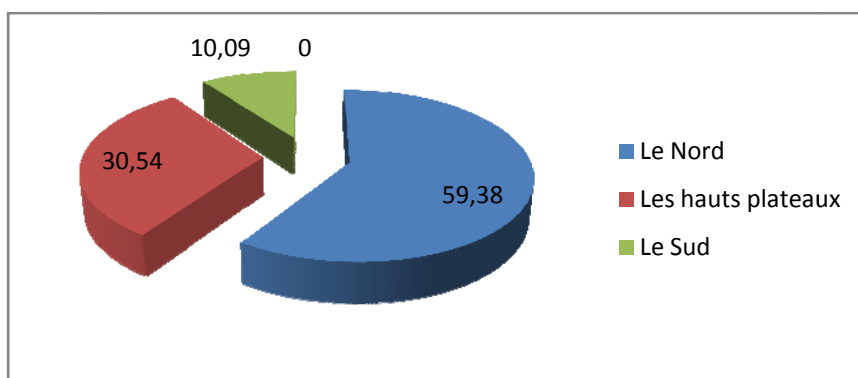
Sur l'ensemble des PME, publiques et privées, la part des PME de taille moyenne ne dépasse pas 0,5%.

Graphique n° 11 : Part des PME dans le secteur privé selon leurs tailles. (1^{er} semestre 2013).

Source : conception personnelle à partir des données du tableau n° 07.

II.2.4. Répartition des PME sur le territoire national

Il y'a un grand déséquilibre dans la répartition des PME en matière d'occupation de l'espace géographique sur l'échelle nationale. Par région, 262423, soit 59,38% de l'ensemble qui activent dans le Nord dont 234444 PME dans seulement 12 wilayas c'est-à-dire 53,05%. La région des hauts plateaux se trouve en deuxième position avec 134960 PME, soit 30,54%. La région du Sud et le Grand Sud abrite seulement 44581 PME, équivalent de 10,09%, nombre inférieur à celui de la wilaya d'Alger qui est de 50 887 PME.

Graphique n° 12 : Répartition géographique des PME privées.

Source : Conception personnelle à partir des données du Ministère de l'industrie. Bulletin d'information statistique n° 23 (novembre 2013). .

II.2.5. Evolution de l'emploi au sein des PME publiques et privées

L'emploi créé par les PME privées est largement supérieur à celui créé par les PME publiques. Il connaît une évolution remarquable en passant 1494949 d'employés et

Chapitre II: L'évolution du secteur privé algérien et sa situation actuelle

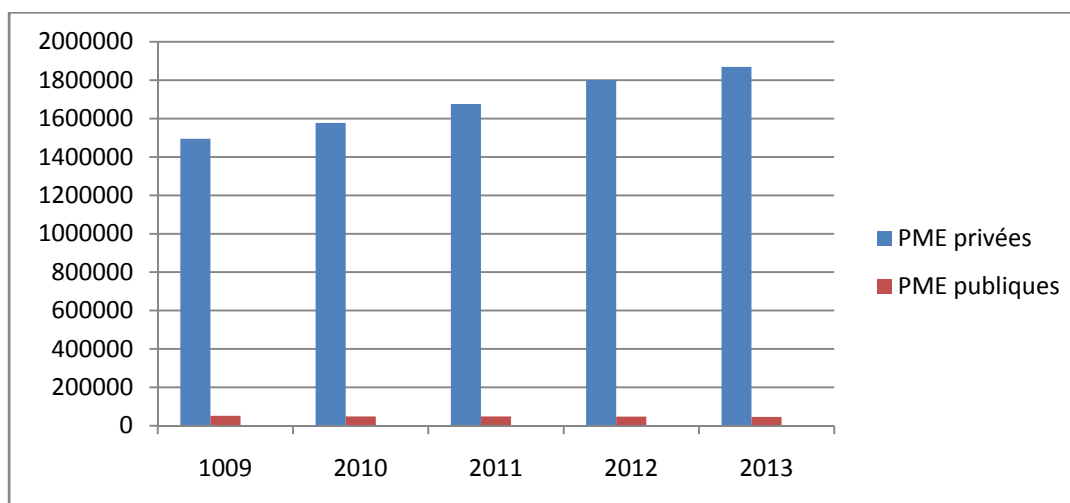
employeurs en 2009 à 1869363 en 2013, voir une augmentation de 374414 emplois créés en moins de 04 ans.

Tableau n°08 : Evolution de l'emploi créé par les PME publiques et privées.

Type de PME	2009	2010	2011	2012	1 ^{er} semestre 2013
PME privées	1494949 (96,66%)	1577030 (97,21%)	1676111 (97,21%)	1800742 (97,44%)	1869363 (97,59%)
PME publiques	51635 (3,34%)	48656 (2,99%)	48096 (2,79%)	47375 (2,56%)	46132 (2,41%)

Source : conception personnelle à partir des données de ministère de l'industrie, 2013.

Graphique n° 13 : l'évolution de l'emploi des PME publique/ privées de 2009 à 2013.



Source : à partir des données du tableau n°08.

II.3. Les structures d'incitation à la création d'entreprises

Plusieurs structures sont impliquées dans la création et la promotion des PME, chacune de ces structure participe à la création et au développement des PME, selon des modalités et avantages précis, financements, conseils et même démarches administrative. Il ya également des structures spécialisées dans la garantie de crédits accordés aux investissements, ces derniers renforcent la confiance entre les établissements de financement et les porteurs de projets. Pour les principales structures d'appui, on peut citer les suivantes:

II.3.1. Le Conseil National de l'Investissement

Le CNI, ayant pour mission d'établir la stratégie de développement de l'investissement et même les formalités d'accès aux avantages prévus par la réglementation. Il propose aussi la création d'organismes et d'instruments financiers appropriés au financement de l'investissement. Le CNI a également le privilège d'accorder les autorisations qui relèvent du secteur privé, lorsque le projet d'investissement est supérieur 1,5 milliards de DA. L'avant projet du code des investissements actuellement en débat, prévoit d'autres prérogatives pour le CNI dans le sens d'alléger les procédures d'investissements.

II.3.2. L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes

L'ANSEJ est mise en place en 1997. Elle permet aux jeunes porteurs de projets dont l'âge est compris entre 19 et 35 ans, d'avoir accès au financement. Les entreprises financées dans ce cadre sont généralement de petite taille (des micro-entreprises) dont le coût total ne dépasse pas dix millions de dinars. Le financement de ces projet peut être mixte, c'est-à-dire partagé entre le promoteur et l'ANSEJ, ou un financement triangulaire avec l'intervention d'une banque.

Le bilan¹¹ de l'ANSEJ jusqu'au mois d'octobre 2015, pendant 19 ans d'activité l'agence a financé 350000 PME avec un montant global de 3 milliards de dollars. C'est ainsi que l'agence a permis la création de plus d'un million de poste d'emploi à l'échelle nationale.

II.3.3. L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement

L'ANDI a été créée par le décret exécutif n° 02/282 du 24/09/2001, elle ne prend pas en considération ni l'âge, ni le financement, ces aides sont accordées pour les investisseurs nationaux et étrangers en vue de création, extension ou restructuration d'entreprises déjà existantes.

Dans le nouveau projet du code des investissements d'autres prérogatives seront accordées à cet organisme, à savoir de l'ériger en pôle spécialisé d'aide à l'investissement et l'accompagnement des entreprises.

¹¹ ZEMALI Mourad, directeur général de l'ANSEJ, El Watan du 28/10/2015.

II.3.4. La Caisse Nationale d'Assurance Chômage

Le dispositif CNAC est créé par décret présidentiel n° 03-514 du 30/12/2003 dans le but de soutenir la création d'activités pour les chômeurs promoteurs âgés de 35 ans à 50 ans.

Le porteur du projet doit avoir l'accord favorable du comité de sélection et de validation (C.S.V) de la CNAC et de la banque partenaire sollicitée pour le financement du projet en question. Les avantages de ce dispositif sont accordés selon les secteurs d'investissement (l'agriculture, l'hydraulique, la pêche...), et aussi les zones d'installation (les hauts plateaux et le Sud).

II.3.5. Le Fonds National de la Régulation et du Développement Agricole

La mission du FNRDA est de promouvoir l'investissement dans le domaine agricole. Le financement dans ce cadre est assuré à 100% par le FNRDA dont 50% non remboursable et 50% par crédit-bail. Dans le cas où le portefeuille d'activités est significatif, le FNRDA apporte une assistance financière pour le promoteur pour l'étude technico-économiques.

II.3.6. Le Fonds de Garantie des crédits aux PME

Créé par le décret n° 02-373, le 11 novembre 2002. Le FGAR est placé sous la tutelle du ministère de la petite et moyenne entreprise et de l'artisanat. Son objectif est de faciliter l'accès aux financements bancaires en accordant des garanties aux crédits à moyen terme octroyés par les banques commerciales pour la création ou extension des PME. En plus des garanties, le FGAR, assure les conseils et l'assistance technique en faveur des PME bénéficiaires.

II.3.7. La Caisse de Garantie des Crédits d'Investissement

La Caisse de Garantie des Crédits d'Investissement, (C.G.C.I) est créée par le décret n° 04 – 134 du 19 avril 2004. Cette Caisse soutient la création de PME en facilitant l'accès aux crédits bancaires. Son objectif est de garantir aux banques et les autres établissements de crédits les risques liés au non remboursement des crédits dont la durée est égale ou inférieure à 7ans, ainsi que les crédits bail dont la durée est inférieure à 10 ans. Les crédits sont destinés à la création, l'extension ou le renouvellement des équipements de production.

II.4. L'accès du secteur privé aux crédits bancaire

L'accès du secteur privé aux crédits bancaires a presque doublé entre 2006 et 2012. Cela explique l'importance du financement triangulaire entre les banques publiques, privées et les organismes d'appui à la création d'entreprises. Cependant, le financement des projets d'investissement via le crédit bancaire demeure au-dessous des besoins des opérateurs privés.

Tableau n^o09 : l'octroi des crédits par les banques au secteur privé et au secteur public en milliards de dollars.

Les crédits	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Secteur public	848,4	989,3	1202,2	1485,9	1461,4	1742,3	2051,4
Secteur privé	1055,7	1214,4	1412	1599,2	1805,3	1982,4	2245
Banques publiques	879,2	964	1087	1227,1	1374,5	1451,7	1675,5
Banques privées	176,4	250,4	325	372,1	430,8	530,7	569,5
Total crédits	1904,1	2203,7	2614	3085,1	3266,7	3724,7	4296,4

Source : Ministère de l'industrie. Bulletin d'information statistique n^o 23 (novembre 2013).

II.5. La place du leasing dans le financement des PME

Selon le président de la commission technique du leasing au niveau de l'ABEF, l'Association professionnelle des Banques et des Etablissement Financiers que l'activité leasing en Algérie est en plein expansion. Ce type de financement a pu mettre jusqu'à septembre 2013 un total de 30 milliards de DA, avec une hausse de 10 milliards par rapport à la même période de l'année 2012.

Même si ce type de financement est timide par rapport au pays voisins le Maroc et la Tunisie où il se situe de 7% à 10% et en Algérie ne dépasse pas 1%, il demeure quand même un instrument indispensable pour le développement des PME en Algérie. L'ABEF prévoit un financement de 100 milliards de DA à l'horizon 2016.

Section III : Le passage graduel à l'économie de marché

Le passage à l'économie de marché a marqué une nouvelle ère pour l'entreprise algérienne de manière générale et l'entreprise privée de manière particulière. L'ouverture économique, le marché financier et l'évolution de la concurrence avec bien d'autres facteurs qui imposent aux opérateurs nationaux, publics ou privés de suivre en permanence cette évolution continuelle de l'environnement global afin d'assurer leur existence.

III.1. La cotation des entreprises privées en bourse

Le marché financier, dans une économie de marché est appelé à jouer un rôle principal dans le financement des entreprises. La cotation des entreprises publiques ou privées en bourse d'Alger est très timide. Depuis sa création, la bourse d'Alger a enregistré seulement trois introductions d'entreprises publiques dans le cadre de la privatisation par le marché financier. Il s'agit d'ERIAD SETIF, SAÏDAL et EL AURASSI.

Il a fallu attendre plus de quinze ans pour que la NCA, nouvelle conserverie Rouiba, première et la seule entreprise privée jusqu'à présent, soit coté à la bourse d'Alger. Elle a eu l'aval de la commission d'organisation et de surveillance des opérations de bourse (Cosob) en février 2013 et elle s'est introduite officiellement en avril de la même année.

Avec un total de 2.122.988 actions émises au prix de 400DA/ action et un achat de 75 actions au minimum. En cédant 25% de son capital, NCA Rouiba brise le tabou pour les entreprises privées et montre ainsi le chemin du marché financier.

III.2. Le secteur privé et l'activité bancaire

Le secteur bancaire algérien est composé de banques publiques qui représentent à elles seules 89% du total des actifs du secteur bancaire contre 11% pour les banques privées étrangères. L'ouverture du secteur bancaire pour le privé national ou étranger trouve ses origines dans la loi n0 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et le crédit. A présent, la caractéristique principale de ce secteur est l'absence de banques privées nationales. En fait, depuis le scandale d'AL KHALIFA BANK, créée en 1998 et mise en faillite en juin 2003. Plusieurs milliers d'épargnants en Algérie et en France ont subi des préjudices. Depuis des démarches juridiques ont été entreprises à l'encontre des auteurs de ce scandale financier dont le trou est estimé à 3,2 milliards de dinar¹² (environ 320 millions d'euros) constaté dans la caisse principale de la banque. La BCIA a connu le même sort, scandale, faillite et liquidation. L'échec des autorités du contrôle bancaire dans la surveillance de ces banques est traduit par l'interdiction aux investisseurs nationaux de créer des banques privées qui pourront servir

¹² http://www.liberation.fr/planete/2007/01/08/khalifa-bank-le-plus-grand-scandale-financier-algerien-en-proces_9227

l'économie nationale en apportant des financements supplémentaires pour répondre aux besoins d'opérateurs économiques qui ne cessent de croître.

III.3. La place des IDE dans l'économie algérienne

Les investissements directs étrangers contribuent à la création d'emploi, participent à l'intégration de l'économie locale dans l'économie mondiale, facteur de transfert technologique et d'apprentissage technique et augmentent les ressources en devises pour l'Etat.

En Algérie, les investissements productifs étrangers (hors secteur minier) sont encore modestes malgré le coût de main d'œuvre avantageux, celui de l'énergie et la proximité de l'Europe.

La décennie 2000/2010 était décevante en termes d'attractivité des IDE et leur impact sur l'économie nationale en dehors des hydrocarbures. Le montant cumulé durant cette période n'a pas atteint les 2 milliards de dollars¹³.

En 2009/2010, l'Algérie apparaît sur les 05 Top africain¹⁴ après l'Afrique du Sud, l'Egypte, la Tunisie et le Maroc grâce aux IDE des pays arabes attirés notamment par l'immobilier, le tourisme et le secteur bancaire¹⁵

Tandis que le secteur des hydrocarbures manifeste une forte attractivité et un intérêt particulier pour les investisseurs étrangers. Entre 2000 et 2008, il a reçu plus de 17 milliards de dollars et le montant global des rapatriements de SONATRACH pendant la même période relève à 26,412 milliards de dollars¹⁶.

La faible attractivité des IDE relève essentiellement de la faible lisibilité économique, l'insuffisance de la croissance et surtout le climat des affaires que l'Algérie n'arrive toujours pas à améliorer ainsi que la fameuse loi 51/49 qui n'est pas vraiment attractive.

Le bilan des IDE en Algérie selon les données de l'ANDI¹⁷, il y a 748 d'entreprises étrangères d'achat en vue de revente installées en Algérie entre 2008 et 2012. Tandis que, selon toujours le même organisme, il y a eu seulement 320 investisseurs étrangers dans les activités de production et de service sur la période 2002/2012.

¹³ REBAH. Abedelatif. «Economie algérienne, le développement national contrarié», op cit. P.125

¹⁴ BOUZIDI. Abdelmadjid, « l'économie algérienne ; éclairage », édition ENAG, 2011.P.292

¹⁵ Idem

¹⁶ REBAH. Abedelatif. «Economie algérienne, le développement national contrarié », op cit. P. 127

¹⁷<http://www.tsa-algerie.com/20150415/investissement-en-algerie-ce-qui-va-changer-en-6-points/>

Pour la diversification de l'économie nationale, promotion des exportations hors hydrocarbures et une meilleure intégration dans l'économie mondiale, l'Algérie a besoin des IDE.

En Chine, à titre d'exemple, où les salaires sont bien inférieurs à ceux des pays industrialisés, les IDE attirés sont à l'origine de 60% des exportations du pays.

Le Maroc, troisième meilleure destination des IDE en Afrique pour 2009-2010, derrière l'Afrique du Sud et l'Égypte grâce à une forte politique d'attractivité avec la création notamment d'une soixantaine de zones industrielles.

En Tunisie, les IDE ciblent principalement le secteur de l'énergie et le secteur manufacturier et près de la moitié des IDE associés à des tunisiens sous forme de joint-venture. 75 % de ces entreprises étrangères exportent la totalité de leur production¹⁸.

Afin d'attirer des IDE, l'Égypte a développé 7 zones franches publiques et 39 zones privées, exemptées des formalités douanières à l'importation et à l'exportation.

III.4. Les contraintes à la création des entreprises privées et leur mortalité

Le renforcement du tissu industriel en Algérie par les PME est souvent contrarié par des obstacles à la création et aussi la un taux de mortalité considérable.

III.4.1. Les contraintes

La création d'entreprises renforce le tissu industriel et aussi un facteur de la diversification de l'économie. Au moment où de nombreux outils sont mis en œuvre pour la création et le développement des PME (ANSEJ, CNAC, ANDI...) ainsi que d'autres mesures incitatives telle que la réduction du poids de la fiscalité. La volonté des autorités est reflétée dans les démarches entreprises pour réduire le nombre de procédures à la création, elles sont passées de 32 en 2003 à une vingtaine¹⁹ en 2011. Sur le terrain, on constate l'existence de plusieurs contraintes qui freinent ce processus. Les conditions, de manière générale, apparaissent dans les positions qu'occupe l'Algérie selon les différents indices²⁰ des organisations spécialisées datés de 2014 ;

- Facilité de faire des affaires 151^e/ 181 pays
- Corruption 144^e/ 166 pays

¹⁸ MIPMEPI. « Investissements et partenariats, série n° 1 », août 2010.

¹⁹ GRIM. Nordine « Entrepreneurs, pouvoir et société en Algérie », édition Casbah, 2012. P.104

²⁰ El Watan économique du 13/ 04/ 2015.

- Compétitivité économique 79^e/145 pays
- Développement des technologies d'information et de communication (TIC) 114^e/ 166 pays

Ces contraintes sont de différentes natures et regroupées en deux grandes catégories qui sont d'ordre endogène et exogène.

III.4.1.1. Les contraintes exogènes

Ce sont les contraintes de nature géographique qui rendent difficile la localisation des entreprises. Ces dernières doivent être proches des centres qui leur facilitent la logistique au niveau aval et amont, la main d'œuvre, l'acheminement des matières premières, les réseaux routiers, l'énergie...etc. De ce côté, les zones montagnardes et le grand désert ne sont pas attractifs ni favorables pour la localisation d'entreprises de fait qu'ils augmentent les charges liées à la production et la logistique. Dans les zones favorables à l'activité des entreprises, le foncier industriel se fait très rare et encore très cher et dans la plupart des cas inaccessible pour des porteurs de petits projets d'investissement.

Une enquête²¹ de 2011 a montré que 40% des porteurs de projet sont à la recherche d'un terrain industriel et la durée moyenne de cette recherche est de 05 ans. Les résultats de la même enquête, révèlent que 40% des terrains industriels attribués pour des projets d'investissement ne sont pas utilisés par les acquéreurs qui font de la spéculation et n'attendent qu'une opportunité pour les vendre.

La contrainte administrative se manifeste dans la bureaucratie, la lenteur dans le traitement des dossiers d'investissement, les retards dans la délivrance des permis de construction, inexistence d'un système d'informations efficace...etc.

III.4.1.2. Les contraintes endogènes

Ce sont des contraintes d'ordre économique, relatives généralement à la non connaissance du marché, et la faiblesse dans la maîtrise des coûts de production, des ressources humaines par fois non qualifiées. La contrainte technologique pose également un grand problème. Les technologies et les équipements de production sont importés auprès des pays étrangers, leur maîtrise nécessite des capacités adéquates. Pour quelques domaines la production ne peut pas avoir lieu sans l'acquisition de licences et les brevets d'exploitation.

²¹ BOUZIDI. Abdelmadjid, « l'économie algérienne ; éclairage ». Op cite. P. 242

Une autre contrainte de grande dimension, est celle relative aux financements. L'accès aux crédits bancaires. Malgré l'évolution dans ce domaine, cela reste toujours insuffisant pour répondre et une prise en charge effective des besoins exprimés par les opérateurs privés. Environ 72% des entrepreneurs avouent s'autofinancer leurs fonds de roulement et 70% des entrepreneurs financent leurs investissements avec leurs fonds propres.

III.4.2. La mortalité des PME

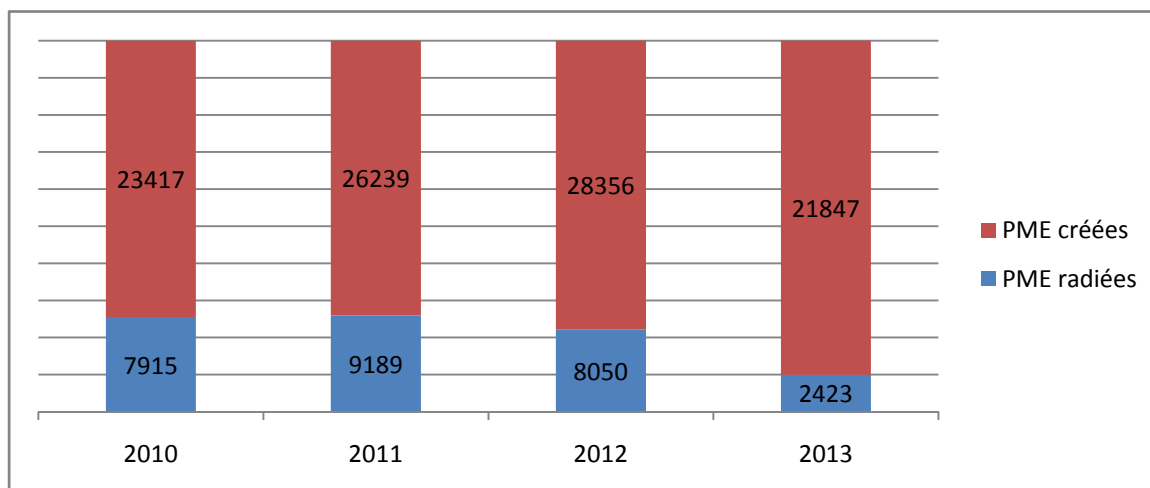
La création de PME ces dernières années dépasse largement les 20000 entités annuellement, mais cela reste insuffisant pour renforcer les tissus déjà existants. Le nombre de PME pour 1000 habitant est très faible par rapport à la moyenne mondiale. Il est de 21 pour 1000 tout statut juridique confondu, pour les personnes morales privées il est de 12 pour 1000.

La mortalité des PME personnes morales est très importante. Selon les données des différents bulletins d'informations du ministère de PME et PMI les secteurs du BTPH et les services sont les plus touchés de ce phénomène. Le nombre total de PME (personnes morales) qui ont cessé l'activité depuis 2010 jusqu'au 1^{er} semestre 2013 s'élève à 27567.

Tableau n^o 10 : Nombre de PME (personnes morales) créées et radiées entre 2010 et le 1^{er} semestre 2013.

Années	PME créés	PME radiées
2010	23417	7915
2011	26239	9189
2012	28356	8050
2013 (1 ^{er} semestre)	21847	2423

Source : conception personnelle à partir des données des différents bulletins d'informations et statistique de ministère de PMEPMI.

Graphique n° 14 : la création et la mortalité des PME (personnes morales).

Source : conception personnelle à partir des données de tableau n° 10.

Remarque : l'année 2013 les données correspondent seulement au 1^{er} semestre.

A travers la présentation graphique ci-dessus on constate pour trois ans consécutifs (2010, 2011 et 2012) que le nombre d'entreprises qui ont cessé l'activité représente presque un tiers du nombre d'entreprises créées chaque année respectivement. Pour la seule année 2011, environ 30000 entités tout statut confondu ont disparu²².

La mortalité relève en fait de plusieurs causes dont on peut citer l'informel qui ne cesse de prendre de l'ampleur et de toucher pratiquement tous les domaines d'activité et notamment le commerce. Une enquête de l'ONS de 2011 révèle que 1,78 millions de personnes, environ 22% de la population active dans l'informel. Le secteur informel renforce la concurrence déloyale et motivé par le gain facile au détriment des entreprises déclarées et qui travaillent dans un cadre légal. En raison de ces conditions des milliers d'entreprises disparaissent chaque année.

III.5. Les accords signés par l'Algérie et le processus d'adhésion à l'OMC

L'Algérie a signé plusieurs accords commerciaux avec d'autres pays développés ou en voie de développement. Certes, ces accords représentent une opportunité pour les opérateurs économiques nationaux qui peuvent développer leurs potentialités à l'exportation. L'autre importance des accords commerciaux de manière générale est constatée dans leur nombre ratifié par l'OMC qui est de 624 en 2014, de fait qu'ils représentent des vecteurs pour libéraliser d'avantage les échanges internationaux.

²² BENSACI Zaim, El Watan du 30/04/2015.

III.5.1. Accord d'association avec l'union européenne

L'accord d'association entre l'Algérie et l'Union Européenne dont 25 pays de l'UE sont concernés, prévoit la diversification et le développement des relations économiques et commerciales entre les deux parties. L'accord comprend 110 articles, répartis en 9 titres, 6 annexes et 7 protocoles. Le volet qui intéresse les opérateurs économiques est celui des dispositions tarifaires concernant la circulation des marchandises entre l'Algérie et l'Union Européenne. Cet aspect est celui repris au titre II «Libre circulation des Marchandises»

Entré en vigueur le 1er septembre 2005, l'accord prévoyait au début un démantèlement tarifaire à l'horizon 2017,

Cet accord n'a pas eu d'impact sur la diversification des exportations algériennes hors hydrocarbures vers les pays de l'UE, pour cela un nouveau calendrier concernant le démantèlement tarifaire accorde un délai supplémentaire de 03 ans (2020 au lieu de 2017) pour la mise en place de la zone de libre-échange.

A titre d'exemple, pour les produits industriels dont le nombre est de 1058 répartis en plusieurs groupes, le nouveau calendrier comporte un nouveau schéma de démantèlement tarifaire allant d'un droit de douane de base en 2011 de 30% pour atteindre 0% en 2020.

Tableau n° 11: Exemple de la suppression tarifaire pour une ligne de produits.

Nbr lignes tarifaires	DD Base	Nbr lignes tarifaires	2011/2015	2016	2017	2018	2019	2020
Niveau2 : 617 LT	30%	575	21%	16,8%	12,6%	8,4%	4,2%	0
	15%	21	10,5%	8,4%	6,3%	4,2%	2,1%	0
	5%	21	3,5%	2,8%	2,1%	1,4%	0,7%	0

Source : www.algex.dz

L'Union Européenne est l'un des principaux partenaires de l'Algérie dans les échanges commerciaux. Mais la balance commerciale de l'Algérie hors hydrocarbure demeure déficitaire en faveur de l'UE.

En effet, pour le volet commercial, les importations en provenance de l'Union Européenne sont passées de 8,2 milliards \$ US en moyenne annuelle avant la mise en œuvre de l'accord d'association (2002 à 2004) à 24,21 milliards \$ US en 2011.

Par contre, les exportations algériennes vers l'Union européenne sont dominées par les hydrocarbures à hauteur de 97%. Tandis que les exportations des produits manufacturés et des produits agricoles et alimentaires sont passés de 552 millions USD en 2005 à 1 milliard d'USD en 2010 soit une augmentation de 81%²³.

Cet accord d'association ne sera pas souple sur l'économie nationale dans ses conditions actuelles. La perte des recettes douanières pour l'Algérie pour la période 2005/2009 est de 2,5 milliards USD, avec une estimation de 8,5 milliards USD pour la période 2010/2017²⁴

Pour le seul secteur d'agro-alimentaire du Maghreb dont la part du marché local pour les fournisseurs nationaux est de 81%, cette part ne sera que de 23% au moment du démantèlement tarifaire total et 1/3 des entreprises opérant dans le domaine vont disparaître²⁵. L'Algérie, le Maroc et la Tunisie, perdront de 1,7% à 2% de la part de leurs industries dans le PIB, et de 1,3% à 1,5% dans le domaine agricole face à la concurrence des produits européens.

III.5.2. La Grande Zone Arabe pour le Libre Echange

Le projet de développement des échanges commerciaux entre pays arabes remonte au 27 février 1981, suite à la signature en Tunisie, d'une convention dont l'objectif est l'établissement d'une Zone Arabe de Libre Echange, la GZALE est entrée en vigueur au début de l'année 2005. Cette convention a été ratifiée par l'Algérie le 03 août 2004 et mise en vigueur le 01 janvier 2009.

18 pays forment la GZALE, ce qui fait l'importance de cette zone et l'ampleur de son marché. A signaler qu'une dizaine des pays membres vivent une instabilité politique à des niveaux différents ce qui augmente le risque relatif aux échanges

L'objectif de cette convention est d'encourager les échanges de produits originaires et transportés directement entre les pays membres de la zone.

²³ www.algax.dz

²⁴ REBAH, Abedelatif. « Economie algérienne, le développement national contrarié ». Op cit. P.210.

²⁵ BOUZIDI, Abdelmadjid, « l'économie algérienne ; éclairage ». Op cit. P.374.

III.5.3. Les autres accords commerciaux

Par ailleurs, l'Algérie a signé plusieurs accords commerciaux bilatéraux avec d'autres pays, tels que la Jordanie, la Tunisie, les Etats Unis d'Amérique. L'ensemble de ces accords visent à promouvoir les échanges commerciaux entre l'Algérie et ces différents partenaires et permettent ainsi aux exportateurs nationaux compétitifs d'avoir accès aux marchés des pays partenaires selon les clauses de chaque accord. En tout et jusqu'à 2011, l'Algérie a signé vingt-quatre accords internationaux²⁶.

L'accord signé avec la Tunisie, représente de grandes opportunités pour les entreprises nationales en raison de la proximité de la distance et le rapprochement culturel.

III.5.4. Le processus d'adhésion à l'OMC

L'Algérie a formulé une demande d'adhésion à l'OMC en juin 1996. Cela fait presque 20 ans que l'Algérie s'est engagée dans ce processus de négociation et d'adhésion à l'OMC. C'est en avril 1998, lors du premier cycle de questions réponses que les représentants algériens ont répondu à 300 questions²⁷.

Pour ce qui relève de la démarche de l'Algérie en vue d'intégrer cette organisation mondiale, et pour tenter de mesurer les avantages et les inconvénients, il est important de rappeler les deux objectifs de cette dernière qui sont :

- La libéralisation du commerce mondial avec l'ouverture et suppression de toutes sortes de barrières douanières ou non douanières.
- Appliquer à toutes les activités les règles de la concurrence et les lois du marché.

Certes, que presque 98% des échanges commerciaux s'effectuent entre les pays membre de l'OMC, qui offre l'opportunité d'investir les marchés étrangers. Mais au-delà, même avec une durée de 20 ans écoulee dans les négociations, l'économie nationale n'est pas encore compétitive au point de confronter la concurrence des pays exportateurs. La majorité des entreprises sont encore fragiles²⁸ et supportent difficilement la compétition imposée par les entreprises étrangères.

²⁶ BOUZIDI, Abdelmadjid, « l'économie algérienne ; éclairage ». Op cit. P.363.

²⁷ M'HAMSADJI. Nachida - BOUZIDI. «5 essais sur l'ouverture de l'économie algérienne» édition ENAG, 1998. P.31

²⁸ BOUZIDI, Abdelmadjid, « l'économie algérienne ; éclairage ». Op cit. P.365

Chapitre II: L'évolution du secteur privé algérien et sa situation actuelle

L'éventuelle adhésion de l'Algérie à l'OMC aura un impact négatif sur sa politique commerciale, plus précisément ce qui concerne la réglementation portant sur les échanges extérieurs.

L'urgence pour l'Algérie est de revoir sa politique d'attractivité des IDE, mettre un terme à la forte dépendance des hydrocarbures, diversifier son économie, orienter sa production vers les marchés externes et encourager le secteur privé qui pourra jouer un rôle déterminant dans cette bataille concurrentielle.

En bref, l'intégration de l'OMC et une insertion effective dans l'économie mondiale, impose à l'Algérie de rattraper le retard pour devenir exportateur de produits manufacturés et autres biens et services.

Conclusion

Au lendemain de l'indépendance le secteur privé s'est retrouvé à la marge de l'activité économique qui est réservée à l'Etat qui a monopolisé pratiquement tous les domaines. Pour les premières années de l'indépendance (1962/ 1965) le pouvoir public a mis un terme à de nombreuses activités industrielles privées et les propriétaires ont vu leurs usines nationalisées²⁹. L'exclusion est le sort réservé au secteur privé pour la période 1965/ 1979. Vu que tous les domaines jugés stratégiques relevaient du rôle de l'Etat, le secteur privé a été autorisé à opérer à la périphérie du secteur public. La cause principale de cette sanction est due aux principes du socialisme qui s'oppose à l'émergence d'une classe de bourgeoisie au sein de la société algérienne.

Cependant, les différents codes d'investissement ont autorisé le secteur privé à intégrer quelques domaines mais dans des conditions administratives très dures, telle que la nationalisation des unités de production par l'Etat en cas de nécessité. Ces conditions ont limité l'initiative du secteur privée, caractérisé par une lenteur dans son développement à l'époque socialiste.

Il a fallu attendre la fin des années 1980, face à la chute des prix du pétrole et la crise de l'endettement, l'Etat a enfin décidé de mettre un terme au monopole et de mettre également en œuvre des conditions favorables pour le développement du secteur privé dans un cadre de réformes économiques globales.

Le décret législatif n^o 93-11 du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement est parvenu avec le début de l'ouverture économique, avec le principe de non distinction entre le secteur privé et le secteur public. Le secteur privé est soutenu par le processus des privatisations encouragé par le FMI et la Banque Mondiale dans le cadre du Programme d'Ajustement Structurel.

Les outils de création et de promotion des PME privées ont largement contribué à l'évolution de ces dernières (ANSEJ, CNAC, FGAR ...etc.). Actuellement, dans la structure du tissu des PME en Algérie, les PME privées sont dominantes par rapport aux PME publiques. Elles participent à la formation de la richesse nationale hors hydrocarbure et aussi à la création de l'emploi.

²⁹ GRIM. Nordine. « Entrepreneurs, pouvoir et société en Algérie ». Op cite. P. 79

Chapitre II: L'évolution du secteur privé algérien et sa situation actuelle

Dans le contexte de l'économie de marché, le secteur privé doit être majoritaire pratiquement dans tous les domaines de l'activité économique. Tandis que sur le terrain on constate l'inverse. Les PME privées souffrent de beaucoup de contraintes à la création et au cours de l'exploitation. Ces contraintes expliquent la mortalité des PME ainsi que le nombre de projets d'investissement abandonnés prématurément.

L'autre handicap majeur du secteur privé est la dominance des PME de très petite taille qui représentent 97,73% de l'ensemble. Les PME de taille moyenne représentent moins de 0,25%.

Enfin, on peut dire qu'historiquement, le secteur privé national est très jeune. La plupart des entreprises existantes actuellement ont été créées à partir des années 1990. Ce secteur est appelé à devenir compétitif, concurrentiel et participer hautement à la diversification de l'économie nationale et d'orienter ses stratégies vers les marchés externes dans ce contexte de mondialisation.

Chapitre III

Evolution et caractéristiques du commerce extérieur de l'Algérie depuis 1962

Introduction

Le développement de l'Algérie post indépendance est envisagé dans un paradigme socialiste, l'orientation privilégiée par les dirigeants du pays programmée dans la charte de Tripoli. Le monopole d'Etat a touché pratiquement tous les domaines d'activité, production des biens et services, les mines, le transport maritime et aérien ainsi que le commerce extérieur.

Plus de 50 ans après l'indépendance, on ne constate pas de grands changements en ce qui concerne le commerce extérieur de l'Algérie. A part l'évolution en valeur et en volume qui dépend hautement de la variation des prix du pétrole sur le marché international, ainsi que sa libéralisation, la dominance des hydrocarbures à l'exportation demeure confirmée pendant des décennies.

L'objet de ce troisième chapitre est de montrer l'évolution et les caractéristiques du commerce extérieur de l'Algérie.

La première section sera consacrée au commerce extérieur de l'Algérie depuis l'indépendance, à travers laquelle nous essayerons de montrer son historique et son évolution.

La deuxième section portera sur la structure des exportations de l'Algérie. Dans cette section on prendra séparément l'évolution des exportations d'hydrocarbures et celles des produits hors hydrocarbures ainsi que les principaux clients de l'Algérie.

Pour la troisième section, elle sera réservée à la structure des importations de l'Algérie, les principaux produits importés et aussi, les principaux fournisseurs.

En quatrième et dernière section de ce troisième chapitre, on s'intéressera à l'évolution de la balance commerciale de l'Algérie.

Section I : Le commerce extérieur de l'Algérie depuis l'indépendance

Dès les premières années de l'indépendance, le commerce extérieur de l'Algérie commençait déjà à prendre une place importante dans l'économie nationale¹. Le développement de cette activité a connue deux ères différentes qui sont l'économie centralisée et celle de l'ouverture économique.

Pour l'époque socialiste, elle est caractérisée par le protectionnisme, monopole de l'Etat sur les échanges internationaux, ainsi qu'un déficit en termes de mécanismes de soutien aux exportations.

I.1. Le monopole de l'Etat

Le contrôle de l'Etat sur le commerce extérieur, s'exerçait par trois organismes⁴ :

1/ L'Office National de Commercialisation (L'O.N.A.C.O.)

L'O.N.A.C.O a été créé le 13 décembre 1962. Un organisme étatique qui détenait au début le monopole des importations et des exportations dont la mission principale est de:

- Jouer un rôle de «volant régulateur» : c'est-à-dire qu'il ne procède à des importations que dans le but de régulariser le marché, pour lutter contre la spéculation.
- Conserver un monopole à l'importation pour un certain nombre de produits de large consommation tels que le sucre, le café, le thé, et les légumes secs.
- Prendre en charge les exportations des produits du secteur agricole traditionnel comme l'alfa, le liège, les olives.

Les achats de l'O.N.A.C.O. représentaient 40% des importations⁵ de biens alimentaires de l'Algérie.

2/ L'Office National de la Réforme Agraire (L'O.N.R.A)

Cet organisme est lié au ministère de l'agriculture. En plus du privilège de contrôler tout le secteur agricole y compris les anciennes terres des colons, l'O.N.R.A. assurait une partie

¹ Georges Mutin «Le commerce extérieur de l'Algérie en 1964. Revue de géographie de Lyon. Vol. 40 n°4». 1965. p. 346.

² Dominique Bonet Fernandez, Frédéric Teulon. «L'Algérie en quête d'un nouvel avenir (1ère partie)». Revue : IPAG Economics & Management Letters. Novembre 2014.

⁴ Op.cit, p. 346.

⁵ BENISSAD. M. «Economie du développement de l'Algérie». OPU. 1979. P. 169

des anciennes attributions de l'O.N.A.C.O. Il a pour mission la commercialisation de la production agricole sur le marché intérieur et extérieur à partir d'octobre 1964.

Le tri, la mise en emballage ainsi que l'acheminement vers les ports sont assurés par des coopératives. La négociation de ces produits destinés à l'exportation est assurée par les services de l'O.N.R.A. L'importation des produits nécessaires à l'agriculture (engrais, semences...) relevait également du rôle de l'O.N.R.A.

3/ Les groupements professionnels :

Ce sont des groupements mixtes, créés depuis août 1964, chargés de l'importation exclusive d'un certain nombre de produits de grande consommation. Ces groupements sont en nombre de six⁶ :

- Les produits laitiers : GAIRLAC
- Les bois : BOIMEX
- Les textiles : GITEXAL
- Les industries textiles : GADIT
- Les chaussures : GIAC
- Les peaux et cuirs.

En 1970, ces groupements ont été dissous et le monopole d'importation est confié aux entreprises nationales et c'est ainsi qu'en 1971 près d'une vingtaine d'entreprises publiques contrôlent environ 80% du commerce extérieur⁷

A partir de 1974, l'Etat a intégré les importations dans la planification globale du développement dans le cadre du Programme Général d'Importation (PGI) élaboré annuellement. Les rares opérations d'importations en dehors de la planification concernaient quelques biens ou nécessitaient des licences d'importation.

Pour renforcer le monopole d'Etat sur le commerce extérieur, la loi 78- 02 a été promulguée en février 1978. Cette loi exprimait en termes nets que toutes les transactions de biens ou services avec l'étranger relèvent désormais du rôle des entreprises socialistes, *«l'importation et l'exportation des biens, fournitures et services de toute nature sont du*

⁶ Georges Mutin. «Le commerce extérieur de l'Algérie en 1964. Revue de géographie de Lyon. Vol. 40 n°4», 1965. p. 347.

⁷ M'HAMSADJI Nachida -BOUZIDI (: Le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur : l'expérience algérienne (1974-1984), p 155.

ressort exclusif de l'Etat». Cette loi met à l'écart les opérateurs privés sauf dans des cas où on leur accorde la licence d'importation.

Au même titre que les importations, Les exportations sont aussi soumises à un Programme Général d'Exportation (PGE) mis en place, annuellement, par le gouvernement ; ce programme est exécuté par le biais d'autorisations annuelles accordées aux entreprises publiques et de licences d'exportation, réservées au secteur privé.

I.1.1. Le protectionnisme

A l'instar d'autres économies sous- développées, l'Algérie poursuivait une politique de croissance relativement autonome⁸ avec la mise en œuvre des outils du protectionnistes dès 1963 qui représentaient les piliers de sa politique commerciale.

I.1.2. Le contingentement

Cette procédure consiste à une détermination préalable de la nature et des quantités des importations. La politique des contingentements instaurée depuis juin 1963 a pour objectif principal le contrôle du commerce extérieur via notamment la réorganisation des courants d'importations. De manière générale, cette politique consiste à la réduction des importations de luxe afin d'économiser les devises, la protection de la production nationale et enfin l'amélioration de la balance commerciale.

I.1.3. La politique tarifaire

Le premier tarif douanier est mis en œuvre en 1963. Cinq années plus tard, il s'est avéré que ce tarif est inadéquat avec les nouvelles données. C'est ainsi qu'un nouveau tarif douanier est promulgué en février 1968 dont l'objectif est double, à savoir la sélection des importations et la stimulation de substitution d'importations.

Les principaux points que compte cette loi sont⁹ :

- La classification des pays fournisseurs en deux catégories, d'une part, les pays de la communauté économique européenne CEE et les pays ayant signé les accords commerciaux avec l'Algérie, et d'une autre part, les pays tiers.
- La distinction des biens de consommation finale selon leur nature (première nécessité, seconde nécessité, produits de luxe) pour freiner l'importation de biens qualifiés de superflus.

⁸ BENISSAD. M. «Economie du développement de l'Algérie». Op cit. P. 165

⁹ Idem p,166.

- Une troisième discrimination par rapport aux biens transformés et aux biens non transformés pour encourager le processus de substitution d'importation.

I.2. La dominance des hydrocarbures

Depuis les premières années de l'indépendance, les exportations algériennes ont connu une importante modification dans la nature des produits destinés à l'exportation par rapport aux années 1950. Dès 1964, la part des hydrocarbures à l'exportation dépassait déjà les 50% des exportations globales¹⁰, et depuis, cette part ne cessait de croître jusqu'à atteindre 97% à 98% ces dernières années. Cette restructuration des exportations algérienne à forte dominance des hydrocarbures est due essentiellement à la hausse des cours sur les marchés mondiaux. Cette hausse est importante suite à deux chocs pétroliers dont le premier est survenu en 1973 après la guerre arabo-israélienne qui est à la base d'une augmentation de 400% du prix mondial du pétrole, passant ainsi de 2 \$US en 1970 à 12 \$US en 1973.

Le deuxième choc survenu en 1979 suite à la révolution islamique en Iran qui a provoqué une augmentation des prix de 250%, le baril est cédé à 38 \$US en 1980.

Tableau n° 12: Evolution en pourcentage de l'exportation d'hydrocarbure.

Années	Evolution des exportations des hydrocarbures en %
1964	54
1973	82,9
1975	92,3
1977	95,9
1989	97
2014	96
2015 (jusqu'au mois de septembre)	94,56

Source : selon les données de la revue «Revue de géographie de Lyon. Vol. 40 n°4, 1965 », les données de «économie de développement de l'Algérie» M.E Benissad, 1979. Et l'ONS. Les données de la douane algérienne pour les 02 dernières années.

En termes de diversification géographique, les importations de l'Algérie proviennent pratiquement des quatre coins du monde. De l'Asie (la Chine, l'Inde, la Corée du Sud, le Japon...), les pays de la GZALE, l'Amérique Latine, les Etats Unis d'Amérique. La grande part des importations est assurée par les pays de l'UE qui demeure ainsi le premier partenaire de l'Algérie.

¹⁰ MUTIN. Georges. « Revue de géographie de Lyon ». Op cit. P.352

La dominance des hydrocarbures à l'exportation est due également à l'effondrement de l'exportation des produits hors hydrocarbures, notamment les produits agricoles et les autres produits miniers (phosphate, minerai de fer).

Depuis 1989, les exportations des hydrocarbures ont atteint le seuil de 97%, et ce taux n'a jamais baissé, au contraire, parfois il atteint 98%. Pour les 09 premiers mois de l'année 2015, la part en pourcentage des exportations d'hydrocarbures est estimée à 94,56%.

Tableau n^o 13: Evolution en pourcentage de l'exportation des produits agricoles, miniers et autres.

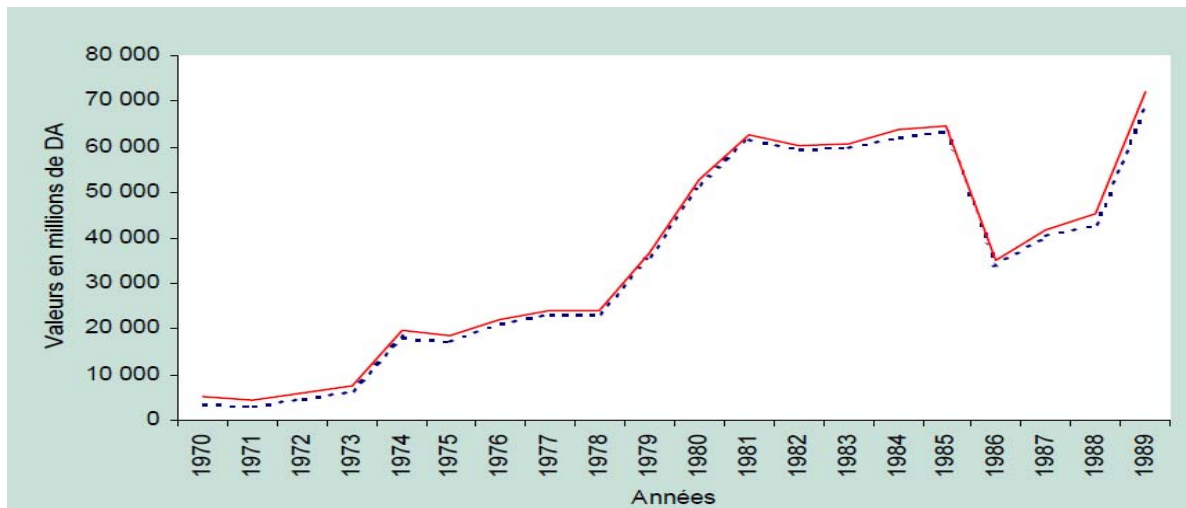
Années	Produits agricoles	Produits miniers et autres
1964	33	/
1973	10,5	5,3
1975	3,3	4,4

Source: selon les données de la revue «Revue de géographie de Lyon. Vol. 40 n^o4, 1965 », les données de «économie de développement de l'Algérie» BENISSAD, M, OPU, 1979.

Actuellement, et depuis des années, le total des exportations hors hydrocarbures atteint difficilement 03 à 04% dont une grande partie est constituée des produits dérivés du pétrole et les produits miniers et une faible part des produits manufacturiers et agricoles.

Le graphe n^o 15 montre l'évolution des exportations globales de l'Algérie suivies de celles des hydrocarbures pour la période 1970/ 1989. Tout au long de cette période les deux courbes sont presque compatibles, il y'a juste une petite marge qui fait l'écart et qui représente les exportations hors hydrocarbures. Pendant une période de 19 ans, les exportations globales de l'Algérie sont synonymes des exportations du pétrole et du gaz.

Graphique n° 15 : Exportation d'hydrocarbures et exportations totale 1970- 1989.



Source: MIMOUNE Lynda & KHELADI Mokhtar. « La politique de l'Etat dans le secteur du commerce extérieur ». communication à l'université de Bejaia.

Depuis le début des années 1970, les exportations des hydrocarbures commencent déjà à dominer les exportations globales de l'Algérie.

I.2.1. Le Dutch Disease

La forte dépendance du secteur pétrolier a fini par soumettre l'Algérie au phénomène de Dutch Disease ou syndrome hollandais. Un accroissement de la rentabilité dans le secteur des ressources naturelles affecte une économie à trois niveaux :

1. Le déplacement de la main d'œuvre vers le secteur en expansion et augmentation des salaires dans ce secteur ;
2. L'accroissement des revenus qui provoquent une hausse générale des prix ;
3. L'appréciation du taux de change qui handicape l'industrie domestique soumise à la concurrence internationale.

Dans le cas de l'Algérie, le seul secteur exportateur est celui des hydrocarbures, et les exportations de produits agricoles ou de biens manufacturiers sont négligeables. L'effet Dutch Disease a provoqué l'effondrement du secteur industriel et agricole et le déplacement de ces

activités économiques d'un secteur échangeable vers un autre secteur non échangeable tel que la construction et les services¹¹.

I.2.2. La vulnérabilité de l'économie algérienne

La fragilité de l'économie nationale est constatée pas seulement dans le fait qu'elle n'est pas diversifiée, mais aussi de sa forte dépendance par rapport au secteur des hydrocarbures et les prix du pétrole sur le marché international. La vulnérabilité de l'économie algérienne est apparue en réalité au milieu des années 1980, suite au contre choc pétrolier de 1985 et les difficultés auxquelles l'Algérie a fait face (la crise de la dette extérieure et le déficit de la balance commerciale).

La vulnérabilité de l'économie nationale court en permanence un risque de s'accroître à cause de l'instabilité du marché d'hydrocarbures et le repli des prix du pétrole et du gaz.

Le pétrole brut avait perdu près de 60% de sa valeur entre juin 2014 et janvier 2015, passant d'un sommet de 115,01 dollars le baril (19 juin) à 47,25 dollars le 12 janvier avant d'atteindre 63,65 dollars vers le mois d'avril de l'année en cours.

L'Algérie est en effet le 3^{ème} producteur africain d'or noir et le 17^e au niveau mondial, avec environ 1,7 million de barils extraits chaque jour de son sous-sol¹². Une baisse des prix du pétrole d'un dollar, causera une perte plus d'un million de dollar par jour pour l'Algérie.

Selon les conditions actuelles, le prix du baril est toujours inférieur par rapport au prix nécessaire pour équilibrer le budget de l'État algérien. Ce niveau d'équilibre est estimé à plus de 100 dollars par les spécialistes¹³.

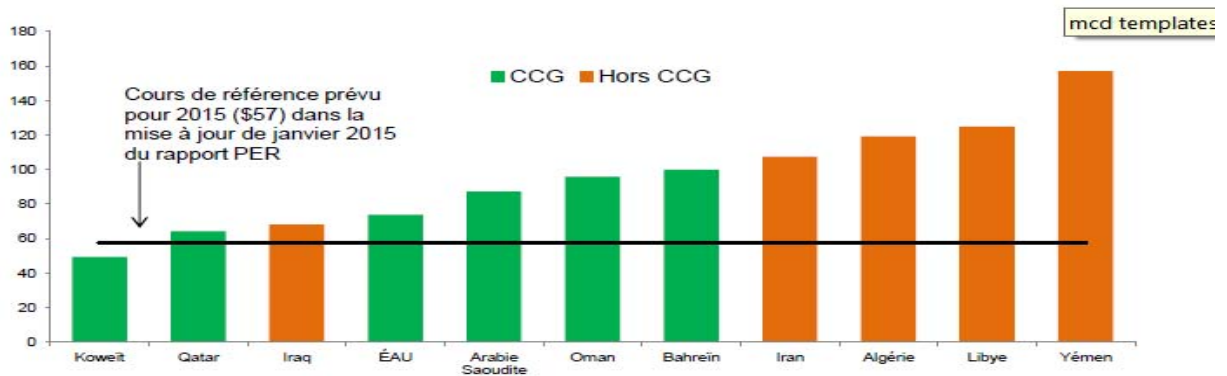
Selon le FMI, à travers la figure ci-dessous, la plupart des pays exportateurs du pétrole dont l'Algérie, ont besoin d'un cours supérieur à 60 USD pour financer leurs dépenses publiques.

¹¹ TALAHITE. Fatiha « réformes et transformations économiques en Algérie » rapport en vue d'obtention du diplôme HDR, 2010.

¹² <http://www.jeuneafrique.com/5832/economie/panique-sur-la-plan-te-p-trole/> (consulté le 27/04/2015).

¹³ <http://www.tsa-algerie.com/20150418/les-prix-du-petrole-se-refont-une-sante/> (consulté le 24 avril 2015).

Graphique n° 16 : Estimations du cours d'équilibre budgétaire pour quelques pays exportateurs du pétrole, 2015 (dollar/ baril).



Source : www.fmi.org (janvier 2015).

CCG : conseil de coopération du Golf.

Pour le mois d'avril de l'année 2015, le FMI a revu ses estimations vers la hausse. Le prix du baril qui assure l'équilibre budgétaire pour l'Algérie doit être de 111,1 USD pour l'année en cours et de 110,02 USD pour 2016.

En réalité, les données du marché pétrolier sont largement inférieures aux estimations du FMI d'un côté et aux attentes de l'Algérie d'un autre côté. En effet, jusqu'au mois de septembre, le prix moyen du baril est de 53 dollars. Les exportations d'hydrocarbures vers la fin septembre 2015 sont estimées à 27,29 milliards de dollars contre 42,29 milliards de dollars pour la même période¹⁴ de l'année 2014, soit une baisse de 41,41%. Les prix ne cessent pas de baisser pour atteindre un niveau bas de 43 dollars en novembre de la même année. La situation catastrophique du marché pétrolier aggrave la situation économique de l'Algérie qui affiche déjà un déficit commercial de plus de 10 milliards de dollars sur sa balance commerciale et qui cherche à réduire le déficit budgétaire.

I.2.3. Le fonds de régulation des recettes

Le fonds de régulation des recettes mis en place en 2000, recueille les recettes pétrolières générées au-delà de 37 USD / baril. Doté en fin 2014 de 7226 milliards de dinars. Ce fonds est considéré comme étant vide de toute signification économique de fait qu'il ne répond pas aux critères spécifiques d'un fonds souverain. L'objectif de ce fonds est de combler le déficit des dépenses publiques.

¹⁴ Les données extraites du quotidien El Watan du 22/09/2015.

En dehors de ce fonds souverain, les recettes pétrolières ont permis le remboursement anticipé de la dette extérieure de l'Algérie et l'accumulation des réserves de change considérables évaluées à 179 milliards de dollars à la fin 2014.

La baisse des prix du pétrole pour l'année en cours, accélère l'épuisement de FRR pour financer le déséquilibre budgétaire. Et les réserves de change de l'Algérie ont connu une importante baisse pour atteindre 159 milliards de dollars en mois de juin 2015.

I.3. La libéralisation du commerce extérieur

Le processus de libéralisation du commerce extérieur de l'Algérie a été entamé réellement en 1994 dans un cadre de transition globale, appuyé par un programme économique dicté par le FMI¹⁵.

Depuis, il y avait promulgation de textes législatifs concrétisant la fin du monopole de l'Etat et le libre accès pour le secteur privé à l'activité de l'importation et exportation.

L'instruction n^o 20- 94 du 12 avril 1994 a fixé les conditions financières des opérations d'importations, en introduisant le libre accès à la devise à tous les agents économiques titulaires d'un registre du commerce.

I.3.1. La nouvelle politique douanière

L'ouverture économique est suivie immédiatement avec la suppression des obstacles non tarifaires (avril 1994), exception faite pour quelques produits à l'importation pour permettre à la production nationale de s'adapter aux nouvelles données. Dès 1995, la libéralisation concerne la totalité des importations. Pour ce qui concerne les obstacles tarifaires, le taux maximal de prélèvement a baissé de 120% en 1992 à 60% en 1994 pour atteindre 45% en 1997.

Le tarif douanier a subi plusieurs réformes sous les exigences de la conjoncture. Depuis 2013, en plus du taux d'exonération de 0%, les taux applicables sont au nombre de trois, 5%, 15% et un taux pic de 30%. La nature des tarifs est fixée selon l'impact des produits importés sur l'économie nationale.

Le processus d'adhésion de l'Algérie à l'OMC, et l'accord d'association avec l'UE qui prévoit un démantèlement tarifaire pour 2020 au lieu de 2017 comme il a été prévu au début,

¹⁵ M'HAMSADJI. Nachida - BOUZIDI. « 5 essais sur l'ouverture de l'économie algérienne ». Édition ENAG, 2008. P. 7

limitera les prérogatives de l'Algérie à agir sur la tarification douanière d'une manière unilatérale.

I.3.2. Le déséquilibre des exportations/ importations suite à la libéralisation

C'est sous la pression des institutions multilatérales (FMI et banque mondiale) que l'Algérie a libéré le commerce extérieur. Cette libéralisation devait assurer une meilleure intégration dans l'économie mondiale. Mais la dominance des hydrocarbures et l'absence de capacités exportatrices et l'inadaptation de la production nationale avec les exigences du marché mondial¹⁶, la faiblesse de la quasi-totalité de la production en valeur ajoutée et aussi un déficit en terme du rapport qualité/ prix ont provoqué un déséquilibre immense. Les exportations sont faites à hauteur de 97% des hydrocarbures et 3% des exportations hors hydrocarbures composées d'une cinquantaine de produits et sont assurées par une centaine d'exportateurs dont seulement une cinquantaine exporte d'une manière régulière. Tandis que les importations, concernent des milliers de produit, assurées par des milliers d'importateurs.

Section II : La structure des exportations de l'Algérie

La structure des exportations algériennes est dominée par les hydrocarbures comme nous l'avons vu dans la section précédente. L'évolution de ces exportations demeure remarquable en volume et en valeur. L'augmentation du volume est due au développement des capacités de production de SONATRACH ainsi que la production des différents partenaires étrangers opérants en Algérie. Pour ce qui est de la valeur, elle est due essentiellement à l'amélioration des cours du pétrole sur le marché international, cela n'a pas exclu quelques période de récession parvenues suite à la chute des prix comme c'est le cas en 2009 et la chute brutale depuis le mois de juin 2014 jusqu'au mois de février 2015 avec une stabilisation des prix aux environ de 60 USD vers le mois d'avril. L'année 2015 est caractérisée par une forte baisse des prix du pétrole. Le baril est cédé à un prix moyen de 53 dollars jusqu'au mois d'aout et les prix risquent de chuter d'environ 13% selon les estimations du FMI avec le retour sur le marché de l'Iran avec environ 01 million de baril par jour

II.1. Les exportations d'hydrocarbures

Selon le tableau ci-dessous, l'exportation des hydrocarbures a accumulé des entrées importantes en devises pour l'Algérie. Avec un revenu annuel d'environ 57757 millions USD

¹⁶ M'HAMSADJI. Nachida - BOUZIDI. « 5 essais sur l'ouverture de l'économie algérienne ». Op cit. P. 7

pendant un période de 10 ANS (2005/ 2014), l'Algérie a pu accumuler plus de 577 milliards USD.

Tableau n° 14 : Evolution des exportations des hydrocarbures en millions USD.

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 (aout)
Valeur	43937	53456	58831	77361	44128	55527	71427	69804	62960	60146	24,91

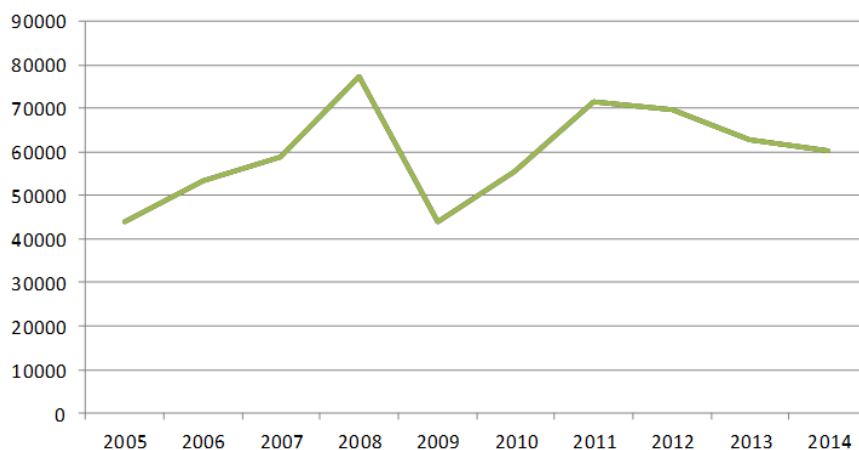
Source : CNIS (avril 2015).

La dernière année, CNIS, selon le quotidien El Watan du 22/09/2015.

La chute des prix du pétrole en 2009, a été suivie par une baisse importante de la valeur des exportations de l'Algérie. Au cours de cette même année, l'Algérie a perdu plus de 33 milliards USD par rapport à l'année 2008. Les revenus du pétrole sont passés donc de 77361 en 2008 à 44128 en 2009. Cette baisse met en exergue, une fois de plus la forte dépendance de l'économie algérienne vis-à-vis des hydrocarbures¹⁷ en absence d'une économie marchande, diversifiée.

Le scénario de la chute des prix du pétrole, qui se reproduit en cours de 2015, est accompagné par la baisse de la valeur des exportations des hydrocarbures. Jusqu'au mois de septembre, l'Algérie a perdu 15 milliards de dollars par rapport à la même période de l'année 2014, soit un recule de 41,41% selon les données des douanes algériennes.

Graphique n° 17 : Evolution des exportations des hydrocarbures en millions USD (2005/ 2014).



¹⁷ TEMAR. Hamid. «L'économie algérienne, les stratégies de développement», tom I. OPU 2015. P. 34

Source : conception personnelle à partir des données du tableau n^o 14.

Les revenus des exportations des hydrocarbures sont sensibles à la variation des prix sur le marché mondial. La chute du cours du pétrole en 2009 a provoqué pour l'Algérie une perte de 33232 millions USD passant ainsi de 77361 millions USD en 2008 à 44128 millions USD en 2009. Depuis le mois de juin 2014, les prix ont connu une chute faramineuse et au bout de six mois, ils ont perdu presque 60% pour atteindre 43 USD vers le mois de janvier 2015.

Malgré une stabilité relative des prix du pétrole pour la période 2011 jusqu'à la fin du premier semestre 2014, on constate sur le graphe n^o 17 une remarque importante qui est la baisse progressive des exportations des hydrocarbures, passant ainsi de 71427 millions USD en 2011 à 60149 millions USD. Au cours de cette durée de trois ans, les exportations d'hydrocarbures ont perdu 21371 millions USD par rapport à l'année de base 2011, avec une moyenne de perte annuelle de 7123,66 millions USD.

La régression des recettes des hydrocarbures sont déjà affichées pour l'année en cours (2015), d'où, une fois de plus, la nécessité et l'urgence de diversifier l'économie nationale et de développer les exportations hors hydrocarbures.

II.2. Les exportations hors hydrocarbures

Les exportations hors hydrocarbures progressent avec un rythme très faible et n'arrivent toujours pas à dépasser en moyenne annuelle les 3% du global des exportations. Les 09 premiers mois de l'année 2015, cette catégorie des exportation a atteint 5,44%¹⁸, cette augmentation est expliquée par la baisse des exportations hydrocarbures.

Si on prend la moyenne des importations mensuelles de l'Algérie qui est d'environ 3308 millions USD, les exportations annuelles hors hydrocarbures, dans ce cas, ne couvrent même pas un mois d'importations pour le pays.

Tableau n^o 15: Evolution des exportations hors hydrocarbures (2005/ 2014) en million USD.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Exportation hors hydrocarbures	1099	1158	1332	1937	1066	1526	2062	2062	2014	2810

Source : www.algex.dz (avril 2015)

¹⁸ http://www.douane.gov.dz/pdf/r_periodique/Rapport%2009%20mois%202015.pdf

D'après les données mentionnées dans le tableau ci-dessus, pendant 06 ans, les exportations hors hydrocarbures n'ont pas atteint les 02 milliards USD. Ce n'est qu'en 2012 que ces exportations ont dépassé pour la première fois cette barre pour atteindre presque 03 milliards USD vers la fin de l'année 2014.

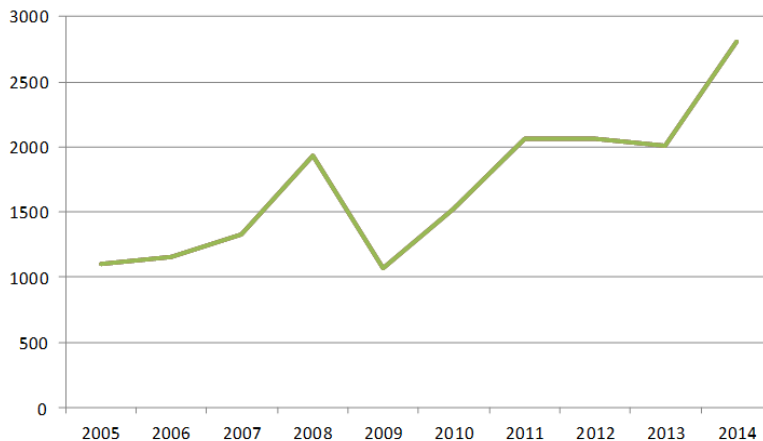
L'évolution en valeur des exportations hors hydrocarbures est représentée dans la figure n° 18 avec une baisse en 2009 par rapport à 2008.

Pour la période 2005/ 2014 les exportations hors hydrocarbures ont connu une croissance de 156,6% (taux calculé à partir du tableau n° 15) mais elles demeurent toujours faibles en valeur.

Pour 2015, selon les données des douanes algériennes, les exportations hors hydrocarbures s'élèvent à 1.57 milliards de dollars, et elle représente 5,44% des exportations globales mais avec un recule de 8,29% par rapport à la même période de l'année 2014.

Cette augmentation en pourcentage n'est pas due à l'augmentation en valeur des exportations de cette catégorie, mais à la baisse des exportations d'hydrocarbures.

Graphique n° 18: Evolution des exportations hors hydrocarbures en million de dollar (2005/2014).



Source : conception personnelle à partir des données du tableau n° 15.

II.2.1. Les principaux produits exportés hors hydrocarbure

Selon les données disponibles au niveau de l'ALGEX, il y'a une cinquantaine de produits hors hydrocarbures destinés à l'exportation.

Les produits dérivés du pétrole tels que les solvants- naphta et le méthanol exportés par SONATRACH, occupent la première position en 2013 avec une valeur de 997 millions de dollars. Les principaux produits sont regroupés dans le tableau suivant :

Tableau n⁰ 16: Principaux produits exportés en 2013 (million USD)

Produits	Valeur (million USD)
Solvant-naphta	997
Ammoniac, engrais	294
Phosphate	97
Hélium	25
Verre plat et trempé	23
Zinc, alliage, cendre résidus	11
Cuir et peau	20
Pneumatique en caoutchouc	7
Boites et caisse en papier ou carton	2
Appareil filtrant (dialyse de sang)	2
Produits pharmaceutiques	2
Produits alimentaire	333
Dattes	18
Truffes	12

Source : www.algex.dz

En plus de quelques autres produits qui ne sont pas affichés dans le tableau n⁰ 16, on constate que les exportations hors hydrocarbures ne sont pas vraiment diversifiées. Les produits dérivés du pétrole et miniers a eux seuls, représentent plus de 70% des ventes.

Les autres produits hors hydrocarbures ne représentent que 30% par rapport au total des exportations.

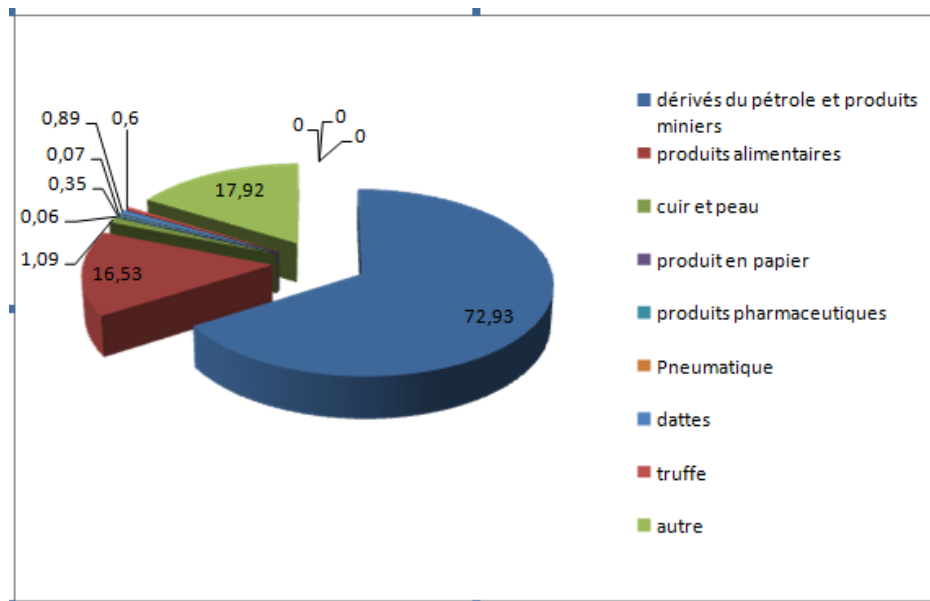
Une autre caractéristique des produits exportés hors hydrocarbures, est que ces produits ont un cycle de vie très court sur le marché international. Les produits algériens en termes de probabilité de survie, ils ont 32% de chance pour qu'ils soient exportés au-delà d'une année et 17% au-delà de deux ans¹⁹.

¹⁹ Bouklia, professeur en économie, extrait du quotidien El Watan du 23/10/2015.

Les données de 2013 affichées dans le tableau n° 16, montrent que les produits alimentaires occupent une place importante avec une valeur de 333 millions de dollars.

La présentation graphique ci-dessous montre les parts en pourcentage des produits hors hydrocarbures exportés en 2013.

Graphique n° 19: Structure des exportations hors hydrocarbures en 2013 (en pourcentage).



Source : conception personnelle à partir du tableau n° 16.

Pratiquement, la structure représentée dans la figure ci-dessus, reflète les scénarios des exportations hors hydrocarbures pendant des années et jusqu'à présent notamment en ce qui concerne la dominance des produits miniers et les produits dérivés du pétrole. La filière de l'agroalimentaire représente 16,53% des exportations globale, à présent, elle demeure la seule filière qui a un certain potentiel à l'exportation. Cette part importante est expliquée par la présence de nombreux opérateurs dans le domaine, tels que CEVITAL, SIM, IFRI ...etc.

Même le domaine agricole, dont l'Algérie possède un certain avantage notamment dans les dattes, les exportations sont très faibles, et ne sont pas à la hauteur des attentes. Une exportation annuelle de 18 millions de dollars ne reflète pas les capacités de l'Algérie. Une petite comparaison avec l'Ethiopie, qui a exporté 107,5 millions de dollars en 2012 pour le

seul produit de fleurs²⁰. La moyenne des exportations annuelles de ce produit est de 90 millions de dollars²¹.

II.2.2. Les principaux exportateurs hors hydrocarbures

Le tableau n° 17: montre les principaux exportateurs hors hydrocarbures avec un classement décroissant en fonction de leurs ventes. En réalité, l'Algérie ne compte qu'un nombre réduit d'entreprises exportatrices dont seulement une cinquantaine, publiques et privées, exportent de manière régulière. Malgré que quelques références parlent d'existence de plus d'une centaine d'exportateurs réguliers. Quelque soit le chiffre exacte, il demeure très faible par rapport à celui de 1200 entreprises qui ont des potentialités à l'exportation²².

Tableau n° 17: Classement des exportateurs algériens hors hydrocarbures (2013).

Classement	Entreprise
01	Sonatrach
02	Fercial
03	Cevital
04	Somiphos
05	Fruital
06	Helios
07	Mediterranean Float Glass
08	Arcelo Metal
09	Sorfert Algérie
10	Alzinc
11	SIM
12	Cuir Pleins Fils
13	Kapachim Algérie
14	Michelin Algérie
15	Knauf Plâtres

Source : documentation des services économiques de l'ambassadeur de France en Algérie, janvier 2015.

Selon le classement des exportateurs algérien de 2013, même hors hydrocarbure, la Sonatrach occupe la première position et réalise à elle seule 49,5% des exportations des

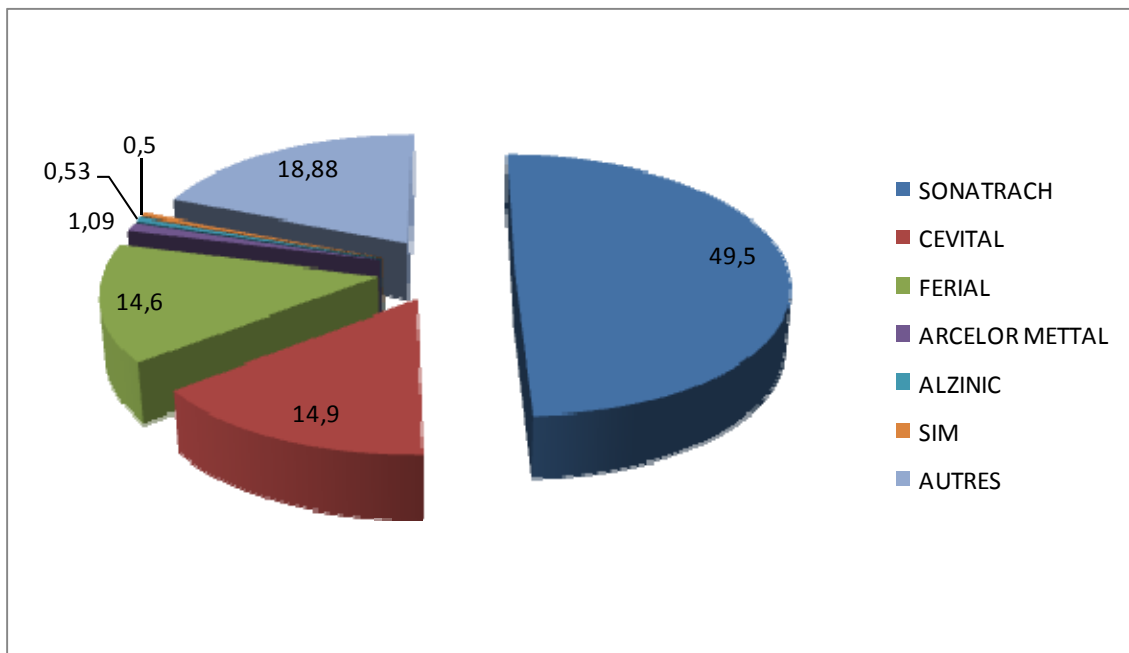
²⁰ <http://www.agenceecofin.com/fleurs/2302-3572-les-fleurs-dominent-les-exportations-horticoles-en-ethiopie>

²¹ idem

²² Documentation de l'ALGEX, octobre 2015.

produits dérivés du pétrole. Ferial, l'entreprise nationale des fertilisants occupe la deuxième place avec des exportations d'ammoniac et les engrais, ce qui représente 14,6%. La troisième position revient pour le groupe privé CEVITAL dans le secteur alimentaire avec un montant de 2787,3 des ventes à l'étranger. Si on additionne les exportations de Mediterranean Float Glass (MFG) spécialisée dans le verre plat et trempé, classée en 7^{ème} position et qui est une de ses filiales, CEVITAL occupe, dans ce cas, la deuxième place avec 14,90% des exportations globales. Les deux autres groupes qui opèrent dans le domaine agroalimentaire sont fruital qui occupe la 5^e position et le groupe SIM en 11^e position avec 0,5% des exportations globales.

Graphique n° 20: La part en pourcentage de quelques principaux exportateurs hors hydrocarbure.



Source : Conception personnelle à partir des données de documentation des services économique de l'ambassadeur de France en Algérie, janvier 2015.

Les autres exportations dont la part est de 18,88%, sont composées de plusieurs produits à savoir, les dattes, les truffes, les produits pharmaceutiques, l'emballage ...etc. Mais tous ces produits sont exportés en très faibles quantités et valeur.

II.3. Les principaux clients de l'Algérie

Dans son commerce extérieur, l'Algérie entretient des relations avec de nombreux pays à travers le monde. Les principaux clients de l'Algérie sont qualifiés de classiques, à savoir, les pays de l'UE, les Etats Unis. Ces dernières années, même si le classement change d'une année à une autre, ces clients demeurent les mêmes. Les 10 premiers clients de l'Algérie ainsi que leur classement à titre d'exemple pour l'année 2013 sont indiqués dans le tableau ci-dessous.

Tableau n° 18 : le classement des principaux clients de l'Algérie en 2013.

Pays	Importation (MUSD)	en % du total	pays	Importation (MUSD)	En % du total
Espagne	9713	15,43	USA	4691	7,45
Italie	8369	13,29	Turquie	2905	4,61
France	6744	10,71	Brésil	2709	4,30
Grande Bretagne	5482	8,71	Belgique	2155	3,42
Pays-Bas	5080	8,07	Chine	18,17	2,89

Source : services des douanes algériennes.

Parmi les clients de l'Algérie, 07 pays européens dont la Turquie, achètent 64,24% des exportations algériennes. Les Etats Unis, le Brésil et la Chine sont aussi des clients importants.

Si on considère les exportations hors hydrocarbures, le classement des clients de l'Algérie, est tout à fait un autre par rapport à celui des hydrocarbures.

Pour l'année 2013 et le premier semestre 2014, les Pays Bas, occupe la première place. Dans ce domaine, les pays voisins, à savoir la Tunisie et le Maroc occupent respectivement la septième et la huitième place.

Tableau n° 19 : Classement des principaux clients de l'Algérie hors hydrocarbures.

ANNEE	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Part (%)	1 sem 2014
EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES	907	1 158	1 332	1 937	1 066	1 526	2 062	2 062	2 014	100	1 371
PAYS-BAS	127	81	139	237	40	169	252	448	658	33	526
ESPAGNE	135	190	125	222	156	300	468	500	345	17	148
FRANCE	189	215	353	435	216	224	211	204	163	8	250
ITALIE	63	115	150	240	93	118	164	149	96	5	79
GRANDE BRETAGNE	19	16	8	6	3	17	27	30	70	3	12
MALTE	3	1	0	3	11	1	0	1	47	2	0,04
TUNISIE	32	50	60	70	41	60	75	38	42	2	28
MAROC	77	101	108	56	24	30	20	52	41	2	29
IRAK	0	0	0	-	0	4	15	78	39	2	31
TURQUIE	69	114	70	140	70	35	37	13	39	2	6

Source : www.algex.dz (consulté en février 2015).

Les échanges commerciaux de l'Algérie avec les pays voisins, notamment le Maroc et la Tunisie demeurent très faibles malgré les opportunités qu'offrent ces pays comme le rapprochement géographique et culturel. Malgré l'accord commercial signé entre l'Algérie et la Tunisie, les exportations algériennes vers ce pays ont connu une régression depuis 2011 à cause du " printemps arabe". Avec l'autre pays voisin, le Maroc, la fermeture des frontières algéro marocaines demeurent à présent un grand obstacle pour le commerce entre les deux pays.

Section III : La structure des importations de l'Algérie

Contrairement aux exportations, qui sont composées de en moyenne ces dernières années de 97% des hydrocarbures et environ 3% avec une cinquantaine de produits hors hydrocarbures, les importations sont trop diversifiées en terme de produits importés qu'on compte par milliers, lourdes en facture et alarmantes dans le taux de croissance annuelle.

III.1. L'évolution des importations

Les importations algériennes passaient à une vitesse supérieure. Entre 2000 et 2008 la croissance des importations a atteint 300%²³. Pour ce qui est des dix dernières années (2005/2014) l'évolution est présentée dans le tableau n° 20 :

²³ BOUJEMAA Rachid, «économie de développement en Algérie». Volume 3, 2dition El Khaldounia, 2011, p.204

Tableau n° 20: Evolution des importations entre 2005/ 2014 (en million USD).

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
importation	20048	21456	27631	39479	39294	40473	47247	47490	55028	58580

Source : www.algex.dz (avril 2015).

De 2005 à 2014, les importations ont connu une croissance de plus de 190% (taux calculé à partir du tableau n° 20). Il y'a une augmentation annuelle à l'exception de l'année 2009 qui a enregistré une baisse de 185 millions USD par rapport à l'année 2008. Cette baisse qui n'est pas réellement signifiante par rapport au total des importations, n'est due en réalité qu'à la baisse des exportations des hydrocarbures pour la même année.

III. 2. Les principaux produits à l'importation

Les principaux produits importés par l'Algérie sont classés selon l'ALGEX en 07 catégories qui sont l'alimentation, énergie et lubrifiants, produits bruts, demi-produits, biens d'équipements agricoles, biens d'équipements industriels et enfin biens de consommation non alimentaire.

Comme l'indique le tableau n° 20, l'importation en valeur de toutes catégories de produits a enregistré une évolution en valeur entre 2005 et 2014. A l'exception de l'année 2009 par rapport à 2008, on constate une baisse pour les catégories de produits alimentaires, énergie et lubrifiants et les produits bruts.

Tableau n° 21 : Evolution des importations de l'Algérie par catégories pour la période 2005/ 2014 (en million de dollars).

	2005	Part (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014(prov)
IMPORTATIONS	20 357	100	21 456	27 631	39 479	39 294	40 473	47 247	47 490	55 028	58 330
ALIMENTATION	3 587	17,62	3 800	4 954	7 813	5 863	6 058	9 850	9 022	9 580	11 005
ENERGIE ET LUBRIFIANTS	212	1,04	244	324	594	549	955	1 164	2 078	4 385	2 851
PRODUITS BRUTS	751	3,69	843	1 325	1 394	1 200	1 409	1 783	1 839	1 841	1 884
DEMI-PRODUITS	4088	20,08	4934	7105	10014	10165	10098	10 685	10 620	11 310	12 740
BIENS D'EQUIPEMENTS AGRICOLES	160	0,78	96	146	174	233	341	387	330	508	657
BIENS D'EQUIPEMENTS INDUSTRIELS	8425	41,39	8528	10026	13093	15139	15776	16 050	13 604	16 194	18 906
BIENS DE CONSOMMATION NON ALIMENTAIRES	3 107	15,26	3 011	3 751	6 397	6 145	5 836	7 328	9 997	11 210	10 287

Source : www.algex.dz (avril 2015).

Pendant une période de 10 ans (2005/2014), les importations algériennes selon les catégories désignées dans le tableau n° 22, sont évaluées à des sommes faramineuses.

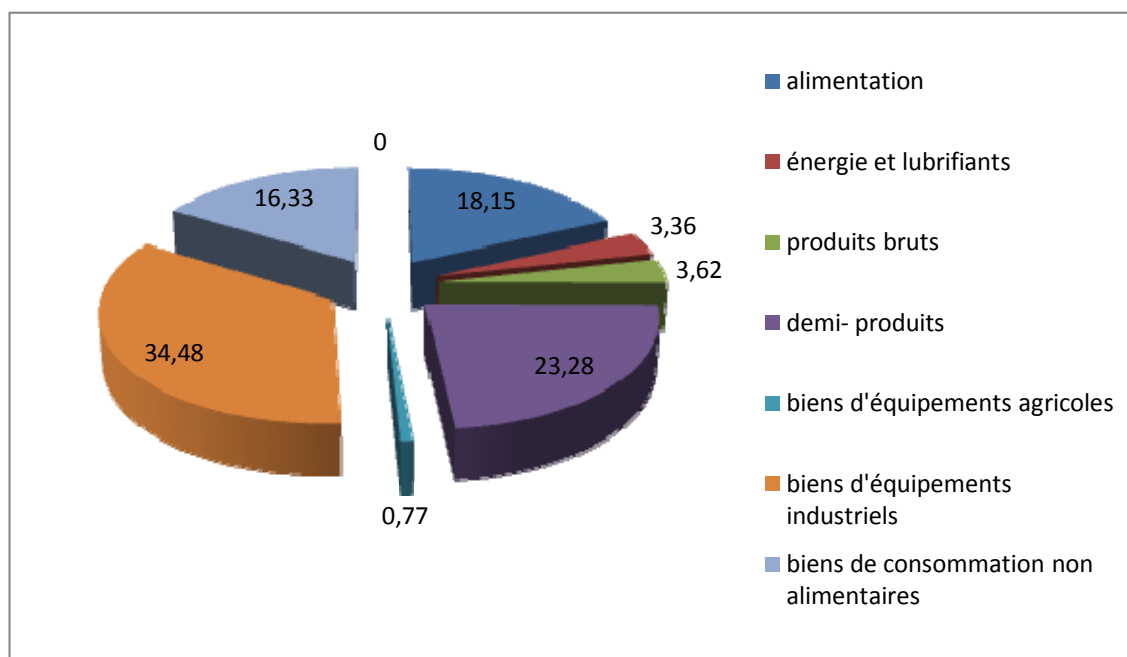
Tableau n° 22: Totale des importations de l'Algérie pendant dix ans (2005/ 2014), par groupe de produits, en valeur et en pourcentage.

Importations	Total pour la période 2005/ 2014	En pourcentage (%)
Alimentation	71532	18,15
Energie et lubrifiants	13256	3,36
Produits bruts	14269	3,62
Demi- produits	91759	23,28
Biens d'équipements agricoles	3032	0,77
Biens d'équipements industriels	135906	34,48
Biens de consommation non alimentaire	64369	16,33
Total	394123	100%

Source : conception personnelle à partir du tableau ci-dessus.

Le total des importations de l'Algérie pendant 10 ans est évalué à 394123 millions USD avec une moyenne annuelle de 39697,6 millions USD. Cette facture reflète la forte dépendance de l'économie algérienne de l'extérieur dans plusieurs domaines.

Graphique n° 21: Structure des importations en pourcentage durant la période 2005/2014.



Source : Conception personnelle à partir des données du tableau n° 22.

A travers la figure ci-dessus, on constate que les importations de l'Algérie pendant les dix dernières années (2005/ 2014) selon les données de l'ALGEX, sont classées en sept groupes importants. En termes de pourcentage, les produits alimentaires, les demi-produits, les biens de consommation non alimentaires sont les plus importés. Néanmoins, pendant la même période, les importations de biens d'équipements industriels représentent 34,48% des importations globales.

Dans les détails, l'Algérie importe pratiquement tous les produits. Commencant par ceux d'une grande nécessité tels que l'énergie (lubrifiant et autres), les équipements industriels, les médicaments dont la facture d'importation est très lourde. Les produits alimentaires occupent également les premières positions dans les importations algériennes notamment le lait et les céréales. Pour ce dernier produit, dont la consommation annuelle s'élève à 150 millions de quintaux, la production nationale en 2014 ne reprend qu'à 20% du besoin local et l'Algérie a importé environ 110 millions de quintaux²⁴

Pour les 08 premiers mois de l'année en cours (2015) il y a une baisse de 3,95 milliards de dollars, c'est à dire 10,02% des importations par rapport à la même durée de l'année 2014. En fait, les importations ont passé de 39,37 milliards de dollars à 35, 42 milliards de dollars.

III. 3. Les principaux fournisseurs de l'Algérie

En termes de diversification géographique, les importations de l'Algérie proviennent pratiquement des quatre coins du monde. Les principaux fournisseurs sont la Chine, l'Inde, la Corée du Sud, le Japon, les pays de la GZALE, l'Amérique Latine et les Etats Unis d'Amérique. La grande part des importations est assurée par les pays de l'UE qui demeure ainsi le premier partenaire de l'Algérie.

Tableau n° 23 : Les principaux fournisseurs de l'Algérie (2005/ 2014) en million USD.

FOURNISSEURS											
ANNEE	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Part (%)	1 sem 2014
IMPORTATIONS	20 048	21 456	27 631	39 479	39 294	40 473	47 247	47 490	55 028	100	29 694
CHINE	1 298	1 708	2 389	4 067	4 751	4 441	4 740	5 965	6 835	12	4 043
FRANCE	4 438	4 366	4 614	6 504	6 160	6 100	7 119	6 092	6 252	11	3 425
ITALIE	1 497	1 882	2 407	4 313	3 695	4 052	4 679	4 569	5 680	10	2 653
ESPAGNE	953	1 027	1 588	2 915	2 971	2 637	3 429	4 194	5 119	9	2 650
ALLEMAGNE	1 239	1 477	1 788	2 411	2 765	2 342	2 560	2 595	2 867	5	1 824
ETATS UNIS D'AMERIQUE	1 339	1 420	2 116	2 182	2 005	2 089	2 166	1 651	2 362	4	1 525
TURQUIE	592	711	921	1 346	1 746	1 515	1 399	1 798	2 075	4	1 043
ARGENTINE	584	631	922	1 263	807	1 216	1 783	1 803	1 734	3	917
BRESIL	520	524	604	736	884	902	1 760	1 344	1 321	2	752
INDE	289	423	444	749	805	772	1 093	1 108	1 308	2	635

Source : www.algex.dz (avril 2015).

²⁴ El Watan économique du 18/5/2015.

Selon le tableau n^o 23 ci-dessus, jusqu'à 2013, la France était le premier fournisseur de l'Algérie. Il y'a une forte dépendance de l'économie nationale vis à vis de l'économie française. Pour la période récente, une moyenne annuelle de 15,87% des besoins de l'Algérie proviennent de la France. En 2013, la France est dépassée par la Chine dont les exportations vers l'Algérie ont connu une évolution importante, passant de 1298 millions USD en 2005 à 6252 millions USD en 2014 avec une croissance qui dépasse les 500% durant cette période.

A titre d'exemple, pour l'année 2013, les quatre principaux fournisseurs européens, la France, l'Italie, l'Espagne et l'Allemagne, qui font tous partis de l'UE, exportaient vers l'Algérie pour une valeur de 19918 millions USD, l'équivalent de 36,20% de ses importations globales.

Section IV. Le commerce extérieur de l'Algérie et la balance commerciale

Le tableau ci-dessous montre l'évolution du commerce extérieur de l'Algérie pour la période 2005/2014, ainsi que l'évolution des exportations d'hydrocarbures, hors hydrocarbures, les importations, la balance commerciale et les échanges commerciaux de l'Algérie.

Tableau n^o 24 : Données Globales du Commerce extérieur de l'Algérie.

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Exportations d'hydrocarbures	43937	53456	58831	77361	45194	57053	73489	71866	64974	60304	27290
Exportations h. hydrocarbures	1099	1158	1332	1937	1066	1526	2062	2062	2014	2582	1570
Exportations globales	45036	54613	60163	79298	45194	57053	73489	71866	64974	62886	28860
Importations	20048	21456	27631	39479	39294	40473	47247	47490	55028	58580	39192
Balance commerciale	24989	33157	32532	39819	5900	16580	26242	24376	9946	4626	10332
Echanges commerciaux	65084	76070	87795	118778	84488	97526	120736	119356	120002	121466	68052

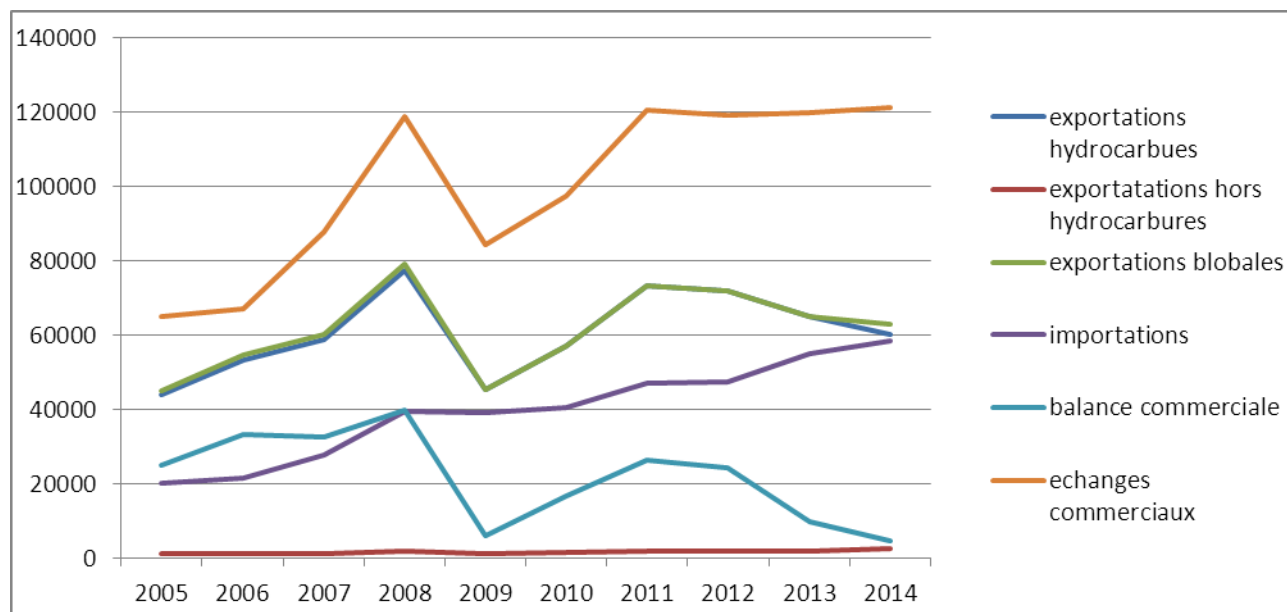
Source : www.algex.dz , (consulté en avril 2015).

Douanes algériennes: pour les données de 2015 qui sont partielles.

Les données de la dernière année (2015) sont partielles, voire qu'elles ne concernent que les 09 premiers mois c'est-à-dire jusqu'à la fin du mois de septembre. Toujours pour la même année, 2015 c'est tout le commerce extérieur de l'Algérie qui tend vers la baisse, voire que ce dernier est fortement dominé par les exportations hydrocarbures et la fluctuation de leurs prix sur le marché international. Depuis 2005, pour la première fois que la balance commerciale affiche déjà un déficit de plus de 10 milliards de dollars.

Selon les estimations, les prix du pétrole ne connaîtront pas d'amélioration pour les deux années à venir, et si l'Algérie n'arrivera pas à maîtriser ses importations, le déficit de la balance commerciale se reproduira.

Graphique n° 22: Evolution du commerce extérieur de l'Algérie et sa balance des paiements.



Source : douanes algériennes.

A travers le graphe n° 22 ci-dessus, on peut dire que l'activité du commerce extérieur de l'Algérie est déterminée par la courbe des exportations d'hydrocarbures. Chaque fois qu'il y'a croissance de ces dernières, elle est suivie d'une croissance des importations, par conséquent une augmentation des échanges commerciaux et une amélioration de la balance commerciale.

Il n'y a que les exportations des produits hors hydrocarbures, qui manifestent jusqu'à présent une certaine autonomie dans leur évolution par rapport aux exportations d'hydrocarbures.

IV.1. La balance commerciale de l'Algérie à l'égard de quelques régions commerciales

Dans son commerce extérieur, l'Algérie entretient des relations commerciales avec de nombreux pays classés dans les neuf grandes régions commerciales tel que l'indique le tableau n° 25 avec le solde commercial pour deux années consécutives 2012 et 2013.

Tableau n° 25: Le solde commercial de l'Algérie avec quelques grandes régions commerciales.

Région	Solde en 2012	Solde en 2013
UE	13464	14141
OCDE (hors UE)	13879	5244
Autres pays d'Europe	-1616	-1162
Amérique du Sud	638	-503
Asie	-4855	-6355
Pays Arabes hors Maghreb	-597	-1547
Pays du Maghreb	1266	1726
Pays d'Afrique	-679	-529
Océanie	//	//
Solde total	21500	11015

Source : conception personnelle à partir des données du ministère du commerce sur les exportations et les importations de l'Algérie avec ces régions.

Remarque : le solde commercial apparu en résultat du tableau ci-dessus est différent du solde total donné par les services de douanes qui sont de 24376 et 9946 millions USD pour 2012 et 2013 respectivement mais la balance commerciale reste excédentaire pour les deux années considérées.

Certes, la balance commerciale de l'Algérie est excédentaire depuis 2005, mais l'excédent affiché est dû essentiellement aux exportations des hydrocarbures et que les régions avec lesquelles l'Algérie affiche un excédent tels que les pays de l'UE et les pays de l'OCDE en dehors de l'UE, sont les premières consommatrices du pétrole algérien. Une autre région qui affiche un excédent en faveur de l'Algérie c'est celle des pays du Maghreb. La balance commerciale de l'Algérie est déficitaire avec le reste des régions à savoir, l'Asie, notamment avec la Chine qui est actuellement le premier fournisseur, l'Amérique du Sud, les pays Arabes en dehors du Maghreb et déficitaire même avec les pays africains à hauteur de 679 et 529 millions USD pour 2012 et 2013 respectivement.

Pour les 09 premiers mois de 2015, la balance commerciale a connu un déficit d'un peu plus de 10 milliards de dollars.

IV.2. La part de l'Algérie dans le commerce mondial

Malgré l'importance des hydrocarbures à l'exportation, la part de l'Algérie dans le commerce mondial des marchandises demeure insignifiante si on le compare aux pays développés ou même les BRIC'S. Les Etats Unis d'Amérique, la France, l'Allemagne, contribuent entre 7 et 8% pour chacun dans le commerce mondial, les BRIC'S en 2013 ont contribué à hauteur de 17,4% dont plus de 10% pour la Chine. La part de l'Algérie, ces dernières années, elle avoisine les 0,001%.

Suite à la chute des prix du pétrole en 2015, la part de l'Algérie dans le commerce mondial est passée de 121466 millions de dollars en 2014 à 68052 million pour les 09 premiers mois de 2015.

Ce constat montre la faiblesse de l'activité algérienne dans le commerce mondial, et la part de 0,001% est largement appuyée par la hausse des exportations des hydrocarbures. Si on se limite aux seules exportations hors hydrocarbures, le taux sera encore pire. De ce fait, l'Algérie doit faire plus d'effort afin d'améliorer sa position via notamment des politiques économiques plus efficaces.

IV.3. La croissance fabuleuse des importations

Si les exportations des hydrocarbures demeurent la caractéristique dominante des exportations algériennes, l'évolution dangereuse des importations est la deuxième caractéristique illogique qui caractérise le commerce extérieur de l'Algérie ces dernières années. Cette nouvelle situation n'est que le résultat de plusieurs facteurs dont on peut citer ;

- L'instauration du crédoc ou le crédit documentaire dans la loi de finance de 2009. Ce moyen de paiement permet le transfert des devises vers l'étranger avant même la réception des marchandises. Généralement, les marchandises importées ne sont pas conformes ni en valeur ni en qualité par rapport à ce qui est indiqué sur la facture d'importation.

Le moyen de paiement en question a permis la spécialisation des banques privées dans le financement des importations et elles sont accaparées de plus de la moitié de cette activité.

- Le transfert illicite des devises vers l'étranger. Le crédoc a longtemps facilité le transfert illicite des devises vers l'étranger. Depuis son instauration en 2009, la surfacturation a

coûté pour l'Algérie 15 milliards²⁵ de dollars en 06 ans, soit une moyenne de 2,5 milliards de dollars par an.

Le ministre du commerce lui-même a reconnu que l'écart entre les factures d'importations et leurs valeurs réelles dégage un différentiel de 30% annuellement²⁶. Selon ce taux de transfert illégal, la surfacturation pour la seule année 2014 s'élevait à 18 milliards de dollars.

- Un autre facteur qui a largement contribué à l'accroissement des importations est le rôle du lobby constitué d'environ 40000 importateurs, un lobby puissant qui fait face au gouvernement au point même de modifier la réglementation en sa faveur.

²⁵ Rapporté par El Watan du 19/09/2015.

²⁶ El Watan du 09/11/2015.

Conclusion

Ce chapitre nous a permis d'analyser le commerce extérieur de l'Algérie dans ses deux volets, les exportations et les importations. Concernant les exportations, nous avons vu qu'à partir de 1964, les hydrocarbures commençaient à dominer les exportations au détriment d'autres produits miniers et agricoles. Vers la fin des années 1980, les hydrocarbures ont déjà atteint la barre de 97% à 98%. Cette forte dépendance vis-à-vis du pétrole et du gaz à l'exportation menace en permanence la situation économique du pays et accroît sa vulnérabilité du fait qu'elle est reliée aux variations du prix de ces produits énergétiques sur le marché mondial, une situation concrète que l'Algérie a déjà vécu en 1986 suite à la chute des cours du pétrole. Le même scénario est en train de se reproduire pour l'année 2015, avec un cours du pétrole très bas par rapport à la période précédente, (cédé à un prix moyen de 53 dollars/ baril), l'Algérie a déjà enregistré une baisse de 41,41% de ses exportations hydrocarbures vers la fin septembre 2015.

Les exportations des produits hors hydrocarbures demeurent presque insignifiantes par rapport aux exportations globales, et elles ne représentent que 3% comme moyenne annuelle ces dernières années, et elles sont dominées par les dérivés du pétrole et les produits miniers notamment le phosphate et le zinc. L'ouverture de l'économie nationale soutenue par les commandements du consensus de Washington, dictés par le FMI et la Banque Mondiale n'a pas pu malheureusement améliorer l'insertion de l'économie algérienne dans l'économie mondiale. Malgré tous les outils mis en œuvre pour le soutien des entreprises à l'exportation (organismes de promotions des exportations, avantages fiscaux aux entreprises exportatrices...etc.), il n'y'a à présent qu'un nombre limité d'entreprises qui exportent d'une manière régulière dont la majorité opèrent dans le domaine de l'agroalimentaire.

L'augmentation des prix du pétrole sur le marché mondial pour les dix dernières années (2005/ 2014) à l'exception de la chute affichée en 2009 et 2015, a permis à l'Algérie d'accumuler d'importantes réserves de change ce qui a favorisé l'émergence d'un marché local suite à la politique des dépenses publiques, ciblé par de nombreuses entreprises étrangères dans de multiples domaines.

La disponibilité des devises, a augmenté la facture des importations pratiquement dans tous les domaines y compris même les schwingums dont le montant d'importation

s'élève à 500 million USD en 2014²⁷. Les importations ont causé la destruction de la production nationale et peu de secteurs qui arrivent difficilement à résister.

Parmi les facteurs qui favorisent encore l'importation, on trouve le nombre d'importateurs qui avoisine les 40000 opérateurs²⁸ dont un nombre assez élevé travail dans l'informel.

La lourdeur de la facture des importations est exprimée également par le mode de paiement en crédit doc, instauré par la loi de finance 2009. Ce mode de paiement permet le transfert des devises avant la réception des marchandises. Ce mode a encouragé le transfert illicite des devises vers l'étranger avec la surfacturation.

Selon le ministre du commerce, pour la seule année 2014 le transfert de devise dû à la surfacturation s'élève à 30% de la facture de l'importation.

Concernant la balance commerciale de l'Algérie, elle est excédentaire ces 10 dernières années, avec un risque d'un déficit pour l'année 2015, suite à la chute des prix du pétrole et si l'Algérie ne parvient pas à maîtriser la facture des importations. Le déficit dépasse les 10 milliards de dollars (pour les dix premiers mois de l'année 2015). Si la balance commerciale s'arrête aux seuls produits hors hydrocarbures, elle sera largement déficitaire et le revenu annuel de cette catégorie ne couvrira même pas un mois d'importation pour l'Algérie.

La situation actuelle du commerce extérieur impose inévitablement et dans l'urgence de revoir sa structure et la mise en œuvre d'une stratégie réelle ainsi qu'une vision à long terme pour promouvoir ce domaine.

D'une part, il faut maîtriser les importations et les soumettre au moins à un contrôle qui permettra la limitation des sorties des devises sans contrepartie concrète et vitale pour l'économie nationale. D'une autre part, réduire la dépendance des hydrocarbures à l'exportation en allant vers d'autres secteurs dont l'Algérie possède un avantage tel que le secteur agricole.

²⁷ www.algerie360.com (consulté en avril 2014)

²⁸ Déclaration du président d'ANEXAL sur la chaîne III. (avril 2015).

Chapitre IV

Les exportations du secteur privé national

Introduction

Nous avons présenté dans le deuxième chapitre les caractéristiques et l'évolution du secteur privé national. Dans le troisième chapitre nous nous sommes intéressés au commerce extérieur de l'Algérie. Les données officielles sur les exportations algériennes montrent qu'il y a une prédominance du secteur énergétique à hauteur d'une moyenne annuelle ces dernières années de 97%. Les exportations hors hydrocarbures ne représentent que 3%.

L'objectif de ce quatrième chapitre est de voir justement le rôle du secteur privé dans la contribution et la diversification des exportations hors hydrocarbures.

Le présent chapitre est réparti en deux sections dont la première porte sur l'évolution des exportations du secteur privé par rapport aux exportations globales de l'Algérie. Dans cette section, nous tenterons de revoir les capacités du secteur privé à l'exportation, leur évolution en valeur ainsi que leur structure en terme de nombre de produits les plus exportés.

La deuxième section est consacrée à la présentation des exportations de secteur privé hors hydrocarbure à travers l'analyse et le traitement de l'enquête menée auprès de quelques entreprises privées qui ont été destinataires d'un questionnaire conçu pour la circonstance.

L'objectif de l'enquête est d'examiner de prêt la réalité des exportations du secteur privé en recherchant au même temps les raisons de la faiblesse des exportations en dehors du secteur énergétique.

Section I : Analyse globale des exportations du secteur privé national :

Selon le fichier national des exportateurs remis par l'ANEXAL^{*}, il existe 580 exportateurs algériens¹. Ces exportateurs sont issus des deux secteurs public et privé et de différents domaines d'activités. Sur le fichier en question, il y'a environ 460 exportateurs privés, les autres, sont des opérateurs publics².

Les données officielles n'ont pas arrêté le nombre exact des exportateurs algériens. Selon la CACI, en 2008, le nombre s'élevait à 468, mais selon les chiffres de l'ALGEX d'avril 2015³, le nombre est estimé entre 350 à 400, ce qui veut dire qu'il y a un recul par rapport à 2008.

Dans notre étude, nous nous sommes basés beaucoup plus sur les données de l'ALGEX. Vu que cette institution suit régulièrement l'évolution du commerce extérieur de l'Algérie, et dont les données sont plus au moins récentes. .

Les données du fichier de l'ANEXAL qui contient environ 580 exportateurs algériens, environ 280 opérateurs relèvent du secteur privé. Une autre réalité sur les exportations algériennes, il n'existe qu'une cinquantaine d'exportateurs réguliers dont seulement six exportateurs sont classés parmi les 15 premiers exportateurs algériens⁴ en 2014.

I.1. Evolution des exportations du secteur privé national

Les données de l'ALGEX sur les exportateurs algériens concernant la durée 2005/2013, montrent que sur 50 exportateurs réguliers, on compte 38 exportateurs privés^{**}.

La contribution de ces 38 opérateurs privés dans les exportations globales de l'Algérie ou seulement les exportations hors hydrocarbures demeure très faible en valeur et en pourcentage par rapport aux exportations globales.

Tableau n° 26 : Evolution des exportations privées hors hydrocarbures pour la période 2005/2013. (Million de dollars).

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Exportations du secteur privé	18,31	46,59	44,78	71,37	35,6	330,22	331,6	337,41	430

Source : conception personnelle à partir des données de l'ALGEX.

¹ Selon les données de l'ANEXAL.

*Remarque : le fichier n'est pas mis à jour depuis plus d'une dizaine d'années. On continu a considéré comme exportateur même celui qui a réalisé une seul opération d'exportation depuis 2002.

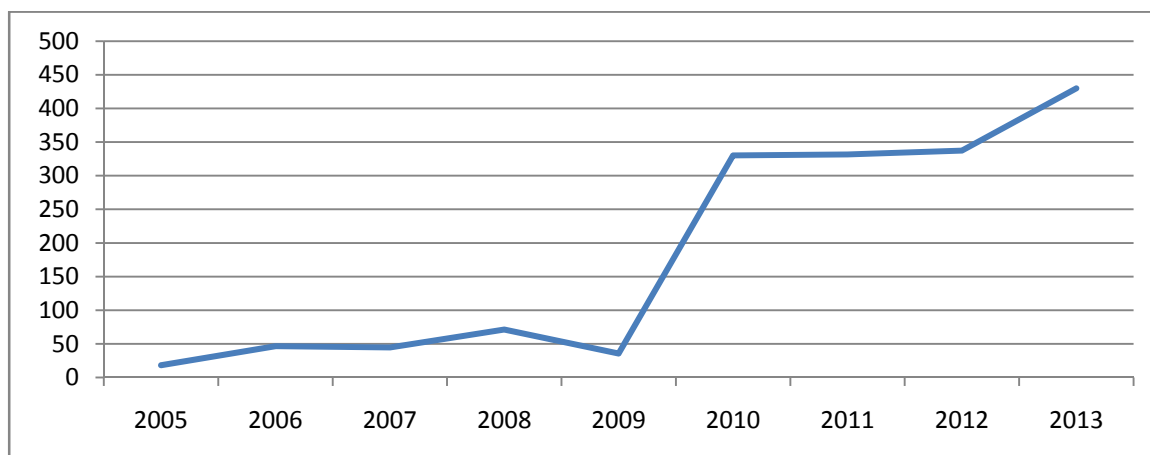
² Les données de l'ALGEX.

³ Document de l'ALGEX

⁴ Documentation des services économique de l'ambassadeur de France en Algérie, janvier 2015.

**Ce constat n'exclut pas l'existence d'autres exportateurs privés qui ont enregistré des opérations occasionnelles.

Graphique n° 23: Evolution des exportations du secteur privé 2005/2013 (millions de dollars)



Source : conception personnelle à partir des données du tableau n° 26.

Durant la période 2005/2013, les exportations du secteur privé ont connu en réalité deux phases d'évolution. La première est limitée de 2005 à 2009 pendant laquelle le rythme des exportations est très faible. Pendant une durée de 05 années, les exportations n'ont pas atteint les 100 millions de dollars. Avec une baisse de 50% en 2009 par rapport à 2008, les exportations sont passées de 71,37 à 35,6 millions de dollars.

La deuxième phase, de 2010 à 2013, les exportations ont plus au moins évolué pour dépasser pour la première fois le seuil de 100 millions de dollars et d'atteindre 330,22 en 2010 et un plafond de 430 million en 2013.

Cette évolution est due essentiellement à l'explosion des exportations du groupe CEVITAL qui a réalisé plus des deux tiers des exportations globales.

I.2. Evolution des exportations hors hydrocarbures du secteur privé par rapport aux exportations du secteur public

Le tableau n° 27 montre l'évolution en valeur les exportations hors hydrocarbures des deux secteurs privé et public pour la période 2005/2013. En effet les deux catégories évoluent lentement et l'évolution montre que celles du privé sont largement inférieures à celle du secteur étatique. Elles ne représentent que 1,7%⁵ en 2005 et 3,83%⁶ en 2008 pour atteindre 25,15%⁷ en 2013.

⁵ Calculé à partir du tableau n° 26

⁶ Idem

⁷ Idem

Pour la même période indiquée ci-dessus (2005/2013), les exportations du secteur privé représentent une moyenne annuelle en valeur de 182.87 millions de dollars, tandis que les exportations publiques avaient une moyenne annuelle en valeur de 1401.10 million de dollars.

Au cours de cette période, les exportations du secteur privé représentaient annuellement une part d'environ 13% par rapport aux exportations du secteur public.

Tableau n^o 27: Les exportations hors hydrocarbures du secteur privé et public 2005/2013, (en million de dollars).

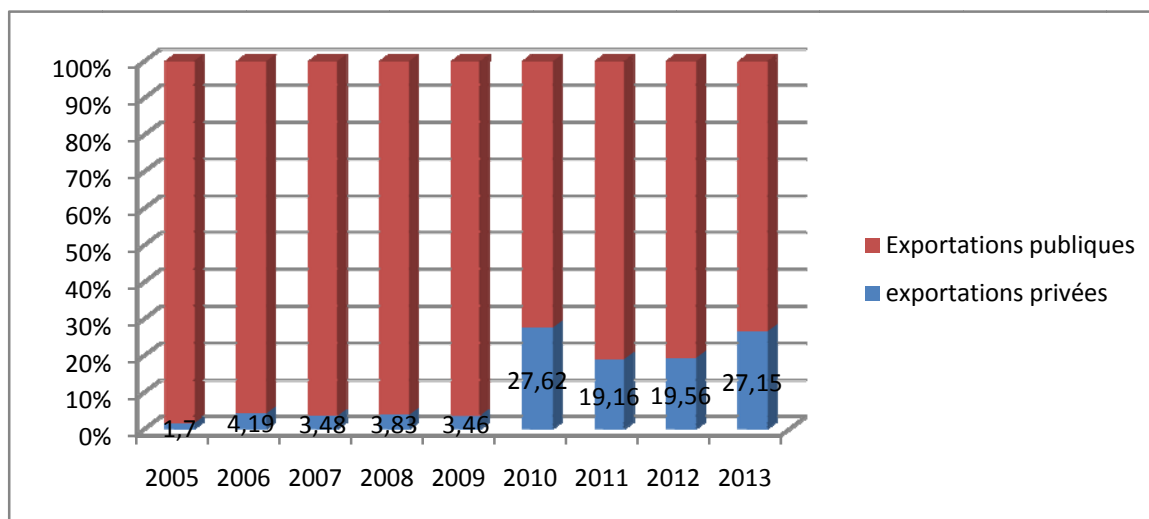
Années	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Exportations du secteur privé	18,31	46,59	44,78	71,37	35,6	330,22	331,6	337,41	430
Exportations du secteur public	1080,69	1111,41	1287,22	1865,63	1030,34	1195,78	1730,4	1724,59	1584
Exportations privées/ publiques %	1,69	4,19	3,48	3,83	3,46	27,62	19,16	19,56	27,15

Source : conception personnelle à partir des données du tableau n^o 27 et les données de l'ALGEX.

La figure n^o 23 ci-dessous montre la part annuelle en pourcentage des exportations du secteur privé par rapport à celles du secteur public. Cette part est très faible de 2005 à 2009 avec une part annuelle de 3.33% durant cette période.

Une petite amélioration est enregistrée pour la période 2010/2013 avec une moyenne annuelle de 22.87%. La moyenne annuelle sur toute la période, comme il est indiqué en haut, est de 13%. Un taux qui reste très faible par rapport même à la longueur de la période.

Graphique n° 24 : La part en pourcentage des exportations du secteur privé par rapport à celles du secteur public hors hydrocarbures 2005/2013.



Source : conception personnelle à base des pourcentages calculés à partir du tableau n° 27.

On constate à travers la présentation graphique ci-dessus, que sur une période de 09 ans, les exportations privées ont dépassé le seuil d'un quart par rapport aux exportations publiques pendant seulement 02 années, à savoir 2010 et 2013.

1.3. Caractéristiques du secteur privé à l'exportation

La présentation des entreprises privées exportatrices hors hydrocarbures, soit celles qui sont inscrites sur le fichier national des exportateurs, soit celles qui exportent plus au moins d'une manière régulière, nous permet de tirer quelques conclusions quant à leurs critères.

1.3.1. La taille et les domaines d'activités des entreprises exportatrices

Nous présentons ici la taille et le domaine d'activité des entreprises privées dans le but de comprendre la relation de ces deux caractéristiques par rapport aux exportations.

1.3.1. 1. La taille

A l'exception de quelques groupes d'une taille importante tels que CEVITAL, SIM, IFRI, la plupart des entreprises exportatrices sont des PME de petite et de moyenne taille. Au moment où la structure des PME en Algérie est dominée à hauteur de 97,73%⁸ par des PME de très petite taille, alors que la somme des trois autres catégories (petite, moyenne et grande taille) ne représente que 2,27%.

La taille a un impact direct sur l'activité de l'entreprise en termes de capacité de production, de part du marché, de diversification et de stratégie.

⁸ Données du 1^{er} semestre 2013, vues dans le chapitre II.

1.3.1. 2. Le domaine d'activité

La structure des PME privées, selon le domaine d'activité, n'est pas compatible avec la structure des exportations hors hydrocarbures. Environ 16,03% des PME privées sont issues du secteur de l'industrie manufacturière alors qu'à l'exportation, la production manufacturière est très faible. La part des PME dans le domaine agricole est de 1,01% et les produits agricoles les plus exportés sont au nombre de trois, les dattes, les truffes et l'huile d'olive, avec des exportations irrégulières d'autres produits de terre à l'exemple des légumes frais. Le grand décalage relève des services avec 49,2% des PME, même avec les PME de BTPH dont la part est de 33,26%, ces dernières sont entièrement absentes sur le marché international.

1.3.2. Les produits exportés

Si on reprend comme référence le fichier des exportateurs présenté par l'ANEXAL qui contient environ 580 exportateurs algériens, nous avons pu recenser environ 280 exportateurs privés. Sur ce total de 280 exportateurs, 166 partagent l'exportation d'une quinzaine de produits à très faible valeur ajoutée comme le montre le tableau suivant ;

Tableau⁰28 : Concentration des entreprises sur l'exportation d'un même produit.

Classement	produits	Nombre d'entreprises	%
01	Dattes	31	18.67
02	Jus et soda	22	13.25
03	Produits de pêche	19	11.44
04	Agroalimentaire	12	7.23
05	Produit agricoles	12	7.23
06	Truffes	11	6.63
07	Marbre	10	6.02
07	Peaux et cuir semi fini	10	6.02
07	Liège	10	6.02
17	Déchet ferreux	09	5.42
08	L'huile d'olive	06	3.61
09	Patte de poulet	05	3.01
10	Peaux et cuir	05	3.01
11	Eau	04	2.44

Source : conception personnelle à partir des données de l'ANEXAL.

Pour la période 2005/2013, le nombre de produits les plus exportés par les entreprises privées selon les données de l'ALGEX est de 15. On peut synthétiser cette situation pour la période 2010/2013 à travers le tableau suivant :

Tableau n^o 29: Nombre d'entreprises privées qui exportent le même produit chaque année 1010/2013.

Le produit exporté	2010	2011	2012	2013
Articles en plastique	01	01	01	01
Appareils médicaux	01	01	01	01
Beurre de cacao	01	01	01	01
Caroubes et grains de caroubes	01	01	01	01
Couches pour bébé	01	01	01	01
Cuir et peaux	05	05	05	06
Dattes	05	06	07	07
Déchets du papier/ carton	01	01	01	01
Eau minérale/ gazeuses	01	01	01	01
Escargots	01	01	01	01
Médicament	00	00	00	02
Pates alimentaires/couscous	01	01	02	03
Truffes	04	03	04	04
Verre plat	01	01	01	01
Yaourt	01	01	01	01

Source : conception personnelle selon les données de l'ALGEX.

Selon le rapport sur le commerce mondial élaboré en 2012 par l'OMC, évoqué dans le chapitre I, les produits les plus exportés dans le monde sont classés en quinze principaux groupes, alors que les exportations du secteur privé algérien, globalement, concernent un seul groupe de cette classification qui est celui des produits alimentaires. En dehors de ce groupe, la contribution des opérateurs privés est très faible malgré le potentiel existant dans d'autres groupes tels que les produits non pharmaceutiques, textile, machine de bureau...etc.

Le tableau n^o 29 ci-dessus, montre qu'il y a une concentration d'entreprises sur les produits alimentaires pris séparément (les pates alimentaires, couscous, yaourt, les sodas), mais beaucoup plus, la concentration apparaît dans les dattes, les truffes, cuirs et peaux. Même constat pour les groupes de services les plus échangés sur le marché mondial, notamment, l'informatique et l'information, redevances et droits de licences, transport, services financiers, construction et les services d'assurances.

L'absence des entreprises privées sur le marché international en ce qui concerne les services, d'une part est expliquée par leur faiblesse, d'une autre part il est dû soit au monopôle de l'Etat sur plusieurs secteurs tels que le transport maritime et le transport aérien et aussi l'interdiction aux opérateurs privés nationaux d'investir dans quelques secteurs d'activités notamment celui des banques, alors que ce même secteur est ouvert aux opérateurs étrangers.

Section II : Analyse empirique des exportations du secteur privé

Dans la section précédente, nous avons présenté l'évolution des exportations des entreprises privées. Selon les données de l'ALGEX, il y a 38 entreprises privées qui exportent plus au moins d'une manière régulière.

A travers la présente section, nous nous intéressons aux exportations du secteur privé d'un angle de vue différent. L'objet est donc de voir sur le terrain et de prêt la vision propre aux entreprises concernant l'activité d'exportation. Les capacités de ces entreprises à l'exportation, leurs motivations à pénétrer les marchés extérieurs, leurs potentialités mais également, les obstacles aux quels elles font face.

Pour mener à terme cette partie de notre recherche, nous avons procédé à la collecte de l'information à l'aide d'un questionnaire élaboré pour les circonstances et adressé à un échantillon d'entreprises privées.

II.1. Méthodologie du questionnaire

Nous présentons ici les différentes étapes qui nous ont permis la réalisation de notre enquête sur le terrain.

II.1. 1. La confection du questionnaire

Le questionnaire a été élaboré de manière à collecter un maximum d'informations nous permettant à la fin de tirer un certains nombres de conclusions sur la réalité des exportations hors hydrocarbures du secteur privé. Pour atteindre l'objectif escompté, nous avons confectionné le questionnaire de sorte qu'il soit articulé sur les axes suivants ;

- Caractéristiques générales de l'entreprise, un premier axe à travers lequel nous avons cherché le domaine d'activité de l'entreprise, la date de sa création, sa taille via le nombre de ses employés.
- Le rythme des exportations de l'entreprise, régulier ou occasionnel.
- Les objectifs de l'entreprise à l'exportation, et la compétitivité de ses produits sur les marchés internationaux.
- L'efficacité et la contribution des différentes institutions de soutien à l'exportation.
- Des suggestions pour renforcer la présence des entreprises privées algériennes sur le marché mondial.

II.1. 2. L'Echantillon

Dans le choix d'échantillon, nous avons tenté de respecter deux critères qui nous semblaient importants. Premièrement, nous avons essayé de cibler des entreprises selon leurs

régions d'implantations (est, centre, ouest et sud) dans le but de vérifier si l'implantation géographique des entreprises en Algérie a un impact sur les exportations. Le deuxième critère concerne le domaine d'activité, et nous avons ciblé les entreprises de manière à toucher des domaines différents afin de vérifier l'existence éventuelle d'un secteur où les entreprises privées possèdent des avantages à l'exportation.

II.1. 3. Déroulement de l'enquête

Notre enquête concerne les entreprises privées nationales intervenant dans des domaines d'activités différents. L'enquête a été réalisée grâce à un questionnaire dont les réponses ont été obtenues sur place lors de la tenue de la foire de la production national fin décembre 2014 à la SAFEX à Alger.

Pour valider les résultats de l'enquête, il a fallu l'enrichir en matière de nombre d'entreprise, pour satisfaire cette condition, nous avons procédé avec l'aide du service des relations avec les entreprises de la SAFEX, à l'envoi du questionnaire par e-mail aux entreprises ciblées.

Le nombre global des entreprises ciblées est de 43 et nous avons reçu 28 réponses soit un taux de 65%.

II.2. Analyse et traitement des résultats de l'enquête

Cette étape de traitement et d'analyse de l'enquête sans doute est la plus importante dans ce travail de recherche. Nous avons procédé par la collecte d'informations que nous avons trié et analysé. Enfin, nous avons pu aboutir à quelques synthèses.

II.2. 1. Les informations sur les entreprises

Nous avons classé les entreprises enquêtées à travers les informations recherchées en fonction des quatre critères qui sont le domaine d'activité, la taille de l'entreprise en termes d'effectifs employés, l'implantation géographique et la date de sa création.

II.2. 1. 2. Domaines d'activités

Concernant ce premier point, nous avons mené notre enquête de manière à toucher un maximum de domaines d'activités. En fonction des entreprises qui ont pu collaborer avec nous, nous avons atteint vers la fin 15 domaines d'activité qui sont classés dans le tableau n° 30 ci-dessous.

A signaler qu'il y'a un déséquilibre dans le nombre d'entreprises d'un domaine à un autre.

Tableau n° 30: Les différents domaines d'activités d'entreprises enquêtées.

Numéro	Secteur d'activité	Nombre d'entreprises
1	Agroalimentaire	05
2	Apiculture	01
3	Bois et meubles	01
4	Cosmétique	02
5	Dattes	01
6	Electronique / électroménager	05
7	Acier	02
8	L'huile d'olive	01
9	Maroquinerie	01
10	Mécanique	01
11	Papier	02
12	Pétrochimie	02
13	Produit de pêche	01
14	Produits pharmaceutiques	01
15	Textile	02
Total		28

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Pour ces différents domaines d'activités recensés, il n'y a pas un équilibre dans le nombre d'entreprises ciblées pour tous les domaines, et l'enquête n'est pas vraiment sectorielle. Mais le résultat de l'enquête montre que les entreprises les plus exportatrices relèvent des domaines manufacturiers suivants :

Tableau n°31 : Les trois premiers domaines productifs dont les entreprises enquêtées exportent mieux.

Classement	Domaines
01	Agroalimentaire
02	Electronique/Electroménager
03	Pétrochimie

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Ce résultat est partiel et n'exclut pas l'existence d'entreprises exportatrices issues d'autres domaines tels que le papier, les dattes et le cosmétique.

II.2. 1. 2. La taille

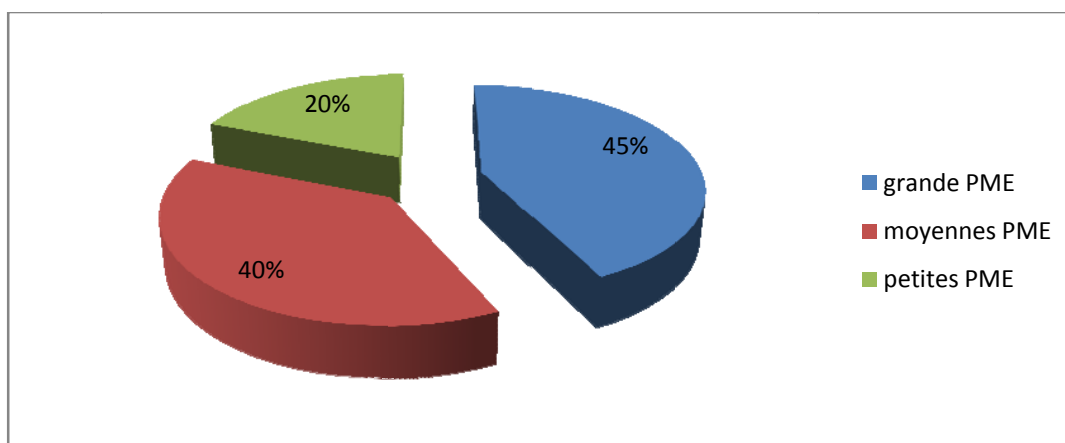
Dans l'étude de la taille, on s'est intéressé au nombre de personnes employées par l'entreprise comme seul critère de classement. Les résultats nous ont permis d'établir le tableau ci-dessous.

Tableau n 32 : La taille des entreprises enquêtées selon l'effectif.

Taille de l'entreprise	Nombre d'effectifs	Nombre d'entreprises	Part en %
Très petites PME	□ 09	01	3.57%
Petites PME	De 10 à 49	05	17.86
Moyennes	De 50 à 250	14	50%
Grandes PME	□250	08	28.57%

Source : conception personnelle selon les données de l'enquête.

Après l'analyse de ce résultat primaire, on a abouti à la conclusion que les entreprises les plus exportatrices sont des moyennes et des grandes PME. Le résultat est montré sur le graphique n^o 24 :

Graphique n^o 25 : La part des entreprises exportatrices selon leurs tailles.

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Le graphique n^o 24 ci-dessus montre que les entreprises exportatrices sont à hauteur de 45% des grandes PME dont le nombre d'employés dépasse 250. En deuxième position, les moyennes PME qui représentent 40% et les petites PME ne représentent que 20%. A signaler qu'il n'y a aucune entreprise exportatrice pour la catégorie des très petites entreprises dont l'effectif est de 01 à 09 personnes.

Cette structure des entreprises exportatrices n'est pas compatible avec la structure des PME privées en Algérie qui sont dominées par de PME de très petite taille.

II.2. 1. 3. L'implantation géographique des l'entreprises (et les unités de production)

Pour l'implantation géographique des entreprises enquêtées, celles du centre ont beaucoup collaboré par rapport à celles d'autres régions. Le résultat des implantations est montré dans le tableau suivant :

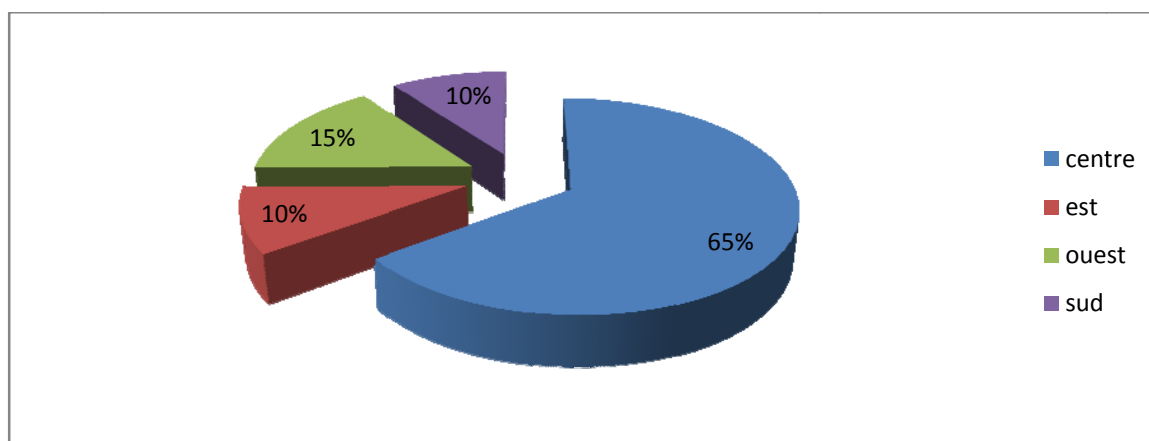
Tableau n° 33: L'implantation géographique des entreprises enquêtées.

Est	Centre	Ouest	Sud
04	17	05	02

Source : conception personnelle selon les données de l'enquête.

Certes, il y a un déséquilibre dans le nombre d'entreprises ciblées dans chaque région, mais établir un classement des entreprises exportatrices selon leurs implantations géographiques, et celle du centre occupe la première position avec 65% et dont la majorité sont installées à Alger, Blida et Bejaia.

Graphique n° 26: La part des entreprises exportatrices selon leur implantation géographique.



Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

II.2. 1. 4. La date de création de l'entreprise

Pour le critère d'âge des entreprises enquêtées, nous les avons classé en trois catégories. Le choix des catégories correspond à des contextes différents. Pour la période de l'avant 1990, elle correspond à l'économie centralisée. La deuxième période de 1990 à 2000 qui correspond pratiquement la "décennie noire". Enfin, une troisième période à partir de l'an 2000.

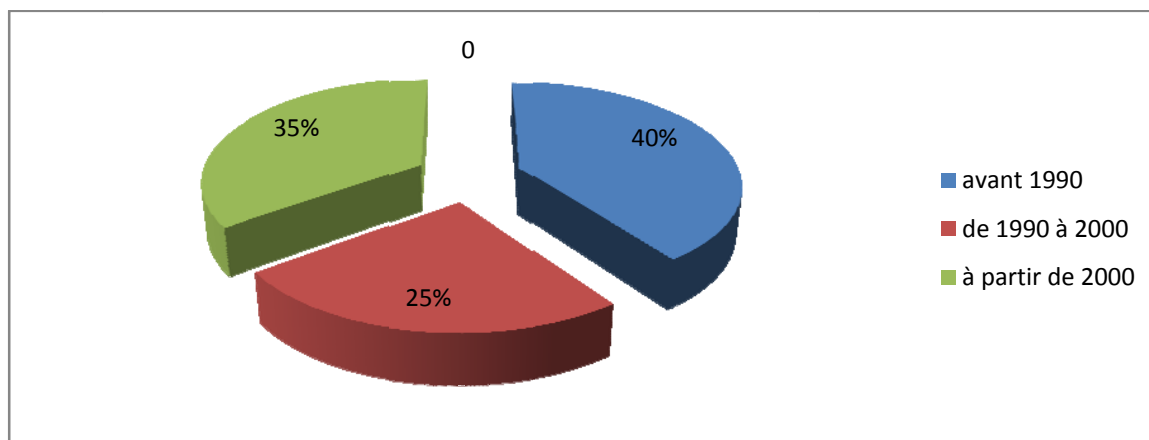
Tableau n° 34: La date de création des entreprises enquêtées.

	Avant 1990	Entre 1990 et 2000	A parti de 2000
nombre	11	07	10
Part en %	40	25	35

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Le classement des entreprises exportatrices selon leurs âges peut être interprété à travers le graphique suivant :

Graphique n°27: La part des entreprises exportatrices selon leurs dates de création.



Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Le graphique n°26 ci-dessus montre que 40% des entreprises exportatrices ont été créées avant 1990. L'analyse de ces résultats montre que l'entreprise privée tarde à s'internationaliser même s'il ya des entreprises enquêtées créées à partir de 2000, qui se sont internationalisées avec une moyenne d'âge de 10 ans.

Ce résultat nous permet de déduire que toutes les PME perdent assez du temps pour s'engager sur le marché international qu'elles mettent souvent en deuxième position par rapport au marché local. Parmi toutes les entreprises enquêtées, il n'y a aucune qui s'est internationalisée dès sa création.

II.2. 2. Le volet des exportations

Dans cette partie du questionnaire nous nous sommes intéressés aux entreprises exportatrices (d'une manière régulière ou non) et les entreprises non exportatrices, ainsi tout ce qui est relié à l'activité de l'exportation en termes de marchés ciblés, existences de structures chargées d'exportations au sein de l'entreprise les exportations dans l'avenir...etc.

Les résultats de l'enquête, sur 28 entreprises, il y a 20 entreprises exportatrices dont seulement 09 qui exportent d'une manière régulière. Les 08 autres n'ont jamais exporté. Mais pratiquement toutes les entreprises enquêtées comptent exporter dans l'avenir. Les résultats en détail sont indiqués dans le tableau n° 35 ;

Tableau n^o 35: La répartition d'entreprises entre exportatrices et non et celles qui comptent exporter dans l'avenir, (le nombre et la part en pourcentage).

	Nombre d'entreprise	Pourcentage (%)
Entreprises exportatrices	20	71,43
Exportations régulières	09	45
Exportations non régulières	11	55
Entreprises non exportatrices	08	28,57
entreprises qui comptent exporter dans le futur*	27/28	96,43
Entreprises qui ne comptent pas exporter	01	3,37

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

II.2. 2. 1. Le nombre de produits exportés

Cette question relève du domaine d'activité des l'entreprise exportatrices. Il y a des entreprises qui exportent un seul produit, d'autres qui exportent plusieurs. Mais rares sont celles qui exportent toutes leurs gammes.

II.2. 2.2. L'objectif de l'opération d'exportation

En réponse à la question portant sur l'objectif de l'opération d'exportation, suivie de trois suppositions qui sont la réponse à une commande, la volonté de s'internationaliser ou la saturation du marché local, le résultat est comme suit :

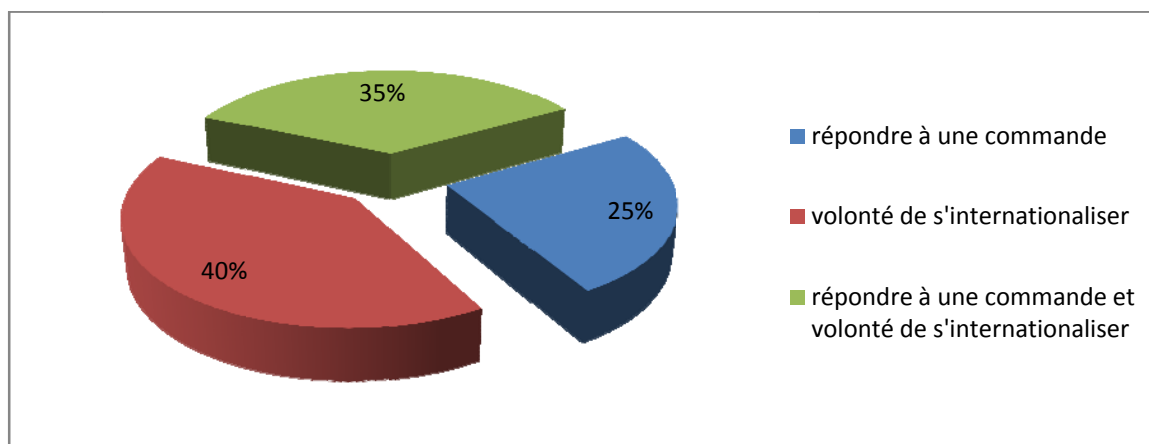
Tableau n^o 36: L'objectif des entreprises suite à leurs opérations d'exportations.

Objectif de l'exportation	Nombre d'entreprises	Part en %
Répondre à une commande	05	25%
Volonté de s'internationaliser	08	40%
Répondre à une commande et volonté de s'internationaliser	07	35%

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Les résultats du tableau n^o 36, nous ont permis de calculer la part en pourcentage des entreprises qui ont le même objectif à l'exportation, et aussi d'établir le graphique ci-dessous.

Graphique n° 28: L'objectif de l'opération d'exportation chez les entreprises enquêtées (en pourcentage).



Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

A partir de la présentation graphique ci-dessous on remarque que 40% des entreprises exportent dans le but de s'internationaliser et d'acquérir une part sur le marché international. Tandis que 25% des entreprises exportatrices ont répondu à des commandes, et 35% des ces entreprises, leurs exportations étaient pour répondre à des commandes et au même temps la recherche de l'internationalisation.

Aucune entreprise n'a évoqué la saturation du marché local comme facteur de motivation pour la recherche de débouchés externes à sa production.

II.2. 2.3. La certification ISO 9001

La mise en place des normes ISO 9001 demeure une condition incontournable qui permet l'accès aux marchés étrangers. Cette certification montre le management de qualité adopté par les entreprises et sa conformité aux normes internationales.

Tableau n° 37: La mise en place des normes ISO 9001 au sein des entreprises enquêtées.

	Nombre d'entreprises	Part en pourcentage (%)
Mise en place De « ISO 9001 »	24	85,71
Non mise en place de « ISO 9001 »	04	14,29

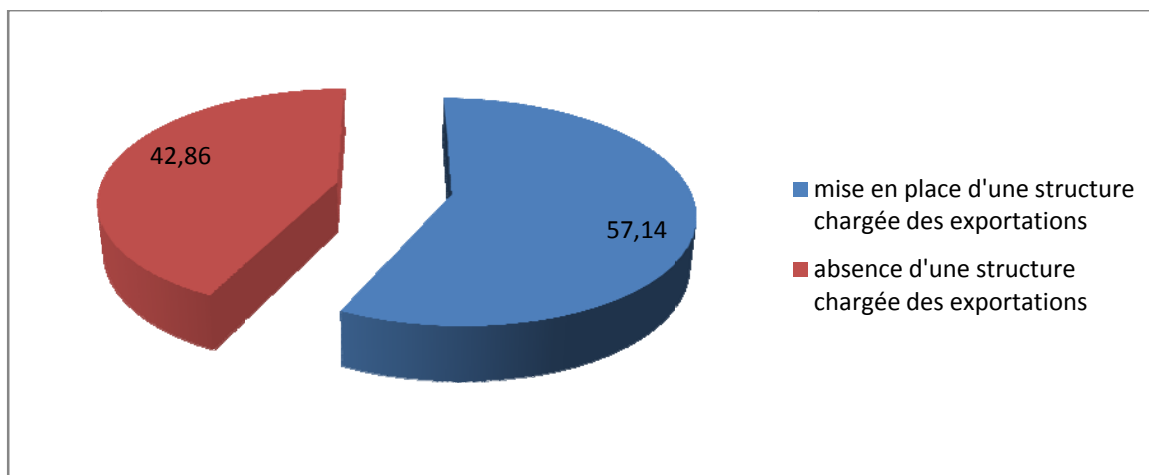
Source : Conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Les résultats du tableau supra, indiquent que 85.71% des entreprises ont mis en place la certification ISO 9001. Cette procédure confirme partiellement la volonté de ces entreprises d'exporter dans l'avenir.

II.2. 2.4. L'existence d'une structure chargée des exportations au sein de l'entreprise

L'existence de cette structure, montre les prédispositions de l'entreprise à pénétrer les marchés externes. 75% des entreprises exportatrices sont dotées de cette structure. D'une manière globale, 57.14% des entreprises enquêtées ont mis en place une structure chargée des exportations, par contre, 42,86% des entreprises ne sont pas dotées de cette structure.

Graphique n°29: La part des entreprises dotées d'une structure chargée des exportations.



Source : Conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

II.2. 2.5. La maîtrise des opérations d'exportations

A l'heure de la concurrence mondialisée, la maîtrise de l'opération d'exportation est primordiale pour une entreprise afin qu'elle renforce sa compétitivité sur le marché international. En fait, cette opération est complexe, voire la logistique, le choix d'incoterm, le dédouanement et la connaissance d'opérateurs intermédiaires avec lesquels l'entreprise travaille.

Les réponses des entreprises enquêtées sur cette question sont indiquées dans le tableau suivant :

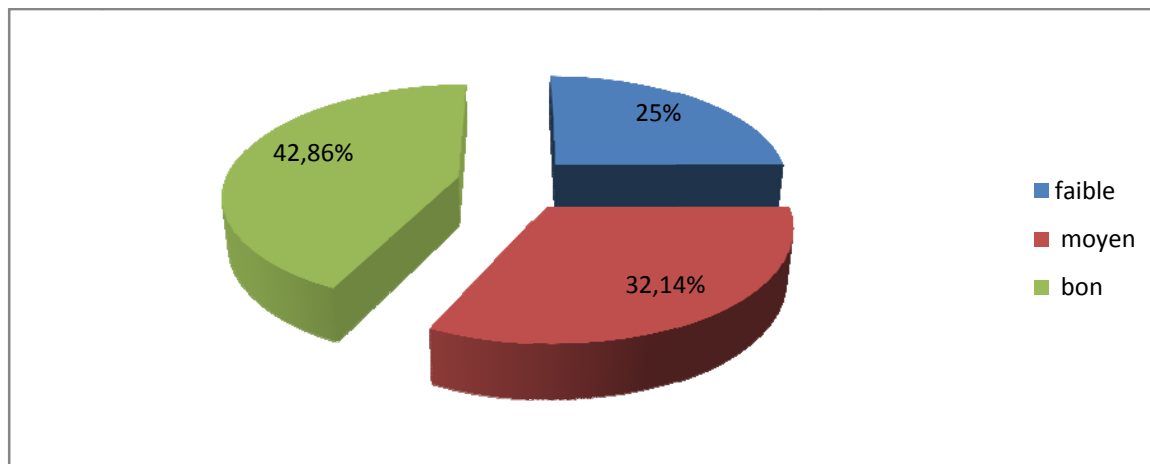
Tableau n°38: Degré de maîtrise des opérations d'exportations.

Degré de maîtrise	Entreprises exportatrices		Entreprises non exportatrices		Toutes les entreprises	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Faible	01	5%	06	75%	07	25%
Moyen	07	25%	02	25%	09	32.14%
Bon	12	60%	00	00%	12	42.86%

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Les résultats calculés en haut, montrent que 60% des entreprises exportatrices ont une bonne maîtrise et 25% ont une maîtrise moyenne. Pour les entreprises non exportatrices, 25% ont une maîtrise moyenne et 75% ont une faible maîtrise. Le résultat global de toutes les entreprises peut être schématisé à travers le graphique n° 39 :

Graphique n° 30: Degré de maîtrise des opérations d'exportations en pourcentage.



Source : conception personnelle à partir des données du tableau n° 38.

Globalement, 42.86% des entreprises ont un bon niveau de maîtrise de l'opération de l'exportation, 32.14% ont un niveau moyen. Ce résultat est plus au moins satisfaisant même si 25% des entreprises ont une faible maîtrise.

La Chambre Algérienne de Commerce et de l'Industrie est consciente de ce déficit en matière de maîtrise des opérations d'exportations. Pour améliorer la qualité de cette maîtrise, la CACI a proposé à partir de mois du novembre 2015, des cycles de formation sur le métier d'exportation en faveur des entreprises publiques et privées⁹.

II.2. 2.6. Etude de marché international

L'étude des marchés internationaux est une étape importante qui précède l'action de l'exportation. En effet, l'entreprise doit avoir toutes les informations relatives à la structure du marché ciblé en termes de concurrents, consommateurs, sa taille, sa croissance et bien sûr d'autres facteurs résumés en menaces à éviter et en opportunités à saisir.

Pour les entreprises exportatrices, 65% avouent qu'elles font au préalable une étude des marchés ciblés. Le résultat global de toutes les entreprises enquêtées, montre que 50% des entreprises font les études des marchés externes, et 50% ne le font pas.

⁹www.caci.dz (consulté le novembre 2015).

Tableau n° 39: Part des entreprises enquêtées dans l'étude des marchés externes.

Etude de marché	Entreprises exportatrices	Entreprises non exportatrices	Toutes les entreprises	
			nombre	%
OUI	13	01	14	50
NON	07	07	14	50

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Si on compare le résultat de l'étude du marché externe à celui de l'existence d'une structure au sein de l'entreprise chargée de l'exportation, on constate qu'il y a un certain rapprochement entre les deux résultats. 57% des entreprises dotées d'une structure chargée des exportations et 50% des entreprises font l'étude des marchés étrangers.

II.2. 2.7. Les marchés ciblés

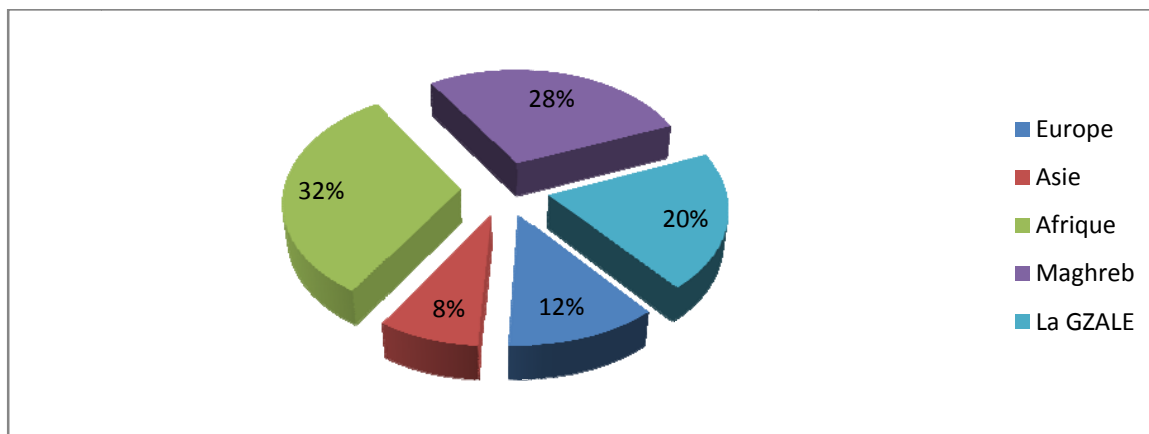
Cette question porte sur 05 grands marchés qui sont l'Europe, Asie, l'Afrique, le Maghreb et la GZALE. Les résultats sont exprimés par les entreprises exportatrices et celles qui comptent exporter dans le futur. Les réponses sont mentionnées n° 40:

Tableau n° 40: Les marchés ciblés par les entreprises exportatrices

marché	Entreprises exportatrices	Entreprises non exportatrices	Toutes les entreprises	
			Nombre	Part en %
Europe	08	01	09	12
Asie	06	00	06	8
Afrique	19	05	24	32
Maghreb	15	06	21	28
La GZALE	12	03	15	20

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Bien sûr, à l'exportation, il y a des entreprises qui visent plus d'un marché. Ce qui justifie le total d'entreprises dans ce tableau qui est de 75 et qui dépasse celui des entreprises enquêtées initialement qui est de 28. Pour mieux commenter les résultats précédents on va les interpréter en pourcentage à travers le graphique n°40:

Graphique n°31: Les marchés ciblés (ou à cibler) par les entreprises enquêtées.

Source : conception personnelle à partir des données du tableau n°40.

Le graphique ci-dessus nous permet d'aboutir au classement des marchés ciblés (ou envisagés) par les entreprises enquêtées.

Tableau n° 41: Classement des marchés ciblés par les entreprises enquêtées.

Les marchés	Le classement	La part des entreprises qui le ciblent
Marché africain	01	32%
Marché maghrébin	02	28%
La GZALE	03	20%
Marché européen	04	12%
Marché asiatique	05	08%

Source : conception personnelle à partir des données ci-dessus.

Une importante partie des entreprises enquêtées dont la part est de 32% ciblent en première position le marché africain. Le marché maghrébin et la GZALE sont ciblés respectivement par 28% et 20% des entreprises, un nombre important de ces deux derniers marchés est aussi intégré dans le marché africain. Le marché européen est en quatrième position et il est ciblé par 12% des entreprises, et il n'y a que 08% des entreprises qui ciblent le marché asiatique.

Pour renforcer d'une manière effective la présence des entreprises algériennes sur le marché africain, le ministère du commerce a opté en septembre 2015 à l'ouverture d'un comptoir commercial¹⁰ à Abidjan en Côte d'Ivoire pour la promotion de la production nationale. Le marché ivoirien représente une opportunité pour les exportateurs nationaux pour mieux investir le marché africain, notamment l'Afrique de l'Ouest.

¹⁰Le quotidien liberté du 17/09/2015.

II.2. 3.Motivation à l'exportation

Pour cette question, nous avons proposé aux entreprises ciblées 04 critères qui sont les suivants :

- Produits compétitifs
- Saturation du marché local
- La distance
- La volonté de s'internationaliser

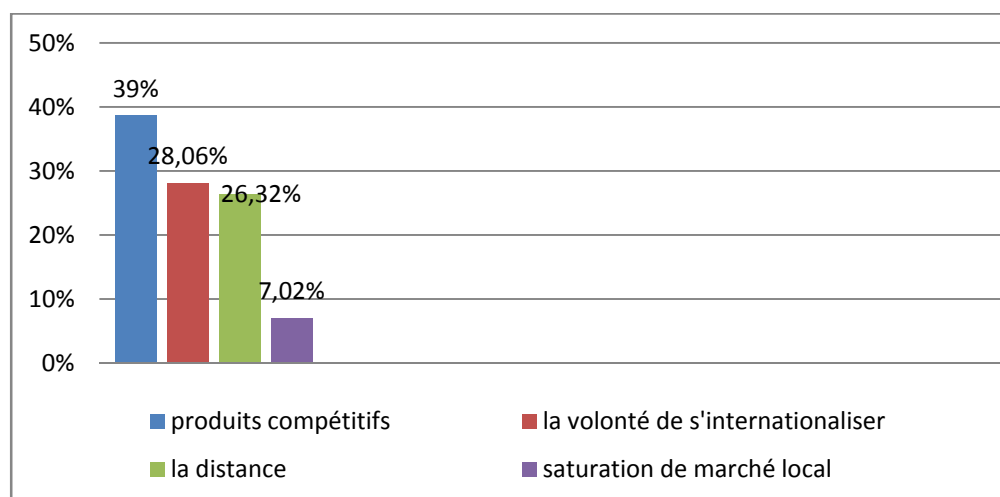
Tableau n° 42 : Quelques critères qui motivent les entreprises à exporter.

La base de la motivation	Les entreprises exportatrices	Les entreprises qui comptent exporter	Toutes les entreprises	Part en %
Produits compétitifs	19	03	22	38.60
Saturation de marché local	04	00	04	7.02
La distance	12	03	15	26.32
La volonté de s'internationaliser	14	02	16	28.06

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'entreprise.

A l'internationalisation, une entreprise ne doit pas seulement avoir un ou plusieurs atouts lui permettant d'être compétitive sur le marché étranger. Mais aussi des motivations à l'internationalisation. Le classement des quatre facteurs proposés aux entreprises, selon les résultats, sont schématisés à travers le graphique n° 41 :

Graphique n° 32: Classement des facteurs motivant les entreprises à l'exportation.



Source : conception personnelle à partir des données du tableau n° 42.

Parmi les entreprises enquêtées, 39% concèdent que leurs produits sont compétitifs sur le marché international, et 26% trouvent la motivation dans la distance, le fait qu'elles sont

proches d'un marché, le cas du marché maghrébin et africain leur permet de maîtriser le coût de la logistique. Si on fait la relation de ces deux résultats avec les marchés ciblés par ces mêmes entreprises, on peut dire que les produits de ces dernières sont beaucoup plus compétitifs sur le marché africain, et le critère de la distance profite notamment sur les marchés africains et maghrébins classés respectivement en première et deuxième position selon les résultats de l'enquête.

II.2. 4. Le rôle des structures de soutien aux exportations

Cette question porte sur les différentes institutions de soutien aux exportations. Ces institutions assurent des missions différentes telle que la prise en charge d'une partie de transport à l'exportation, l'assurance, le risque lié au non paiement et l'information.

A travers cette question posée dans le questionnaire, nous voulons savoir comment ce rôle est évalué par les entreprises qui sont les premières concernées.

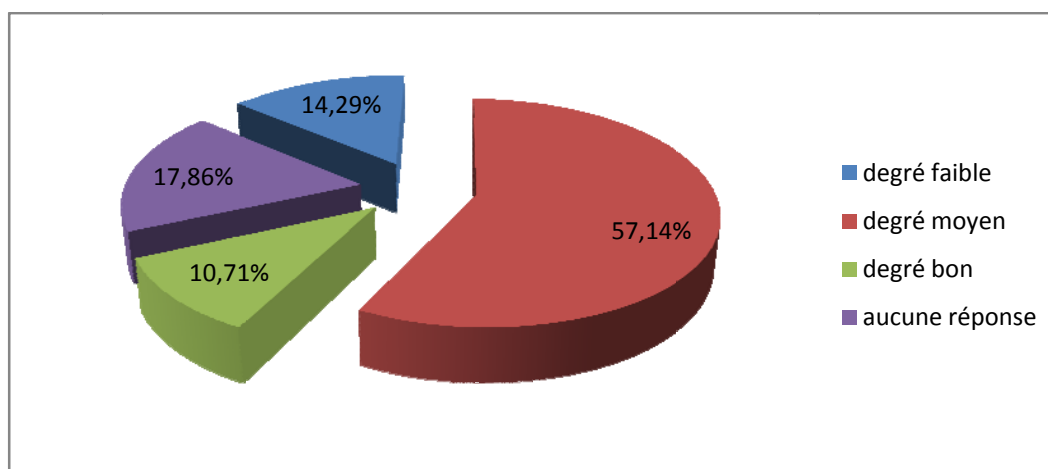
Tableau n° 43: Le rôle des institutions de soutien aux exportations tel qu'il est perçu par les entreprises enquêtées.

rôle	Entreprises exportatrices	Entreprises non exportatrices	Toutes les entreprises
Faible	04	//	04
Moyen	13	03	16
bon	03	//	03

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Sur ce point, 05 entreprises non exportatrices n'ont pas donné de réponses, voir qu'elles n'avaient aucune relation avec ces institutions. Les autres résultats exprimés par 21 entreprises, sont interprétés à travers le graphique ci-dessous :

Graphique n° 33: Le rôle des institutions de soutien aux exportations tel qu'il est perçu par les entreprises enquêtées.



Source : conception personnelle à partir des données du tableau n° 43.

Le résultat de l'enquête montre que 57.14% des entreprises enquêtées trouvent que le rôle des différentes institutions de soutien aux exportations est moyen et seulement 10.71% des entreprises qui sont exportatrices, jugent que le rôle des ces dernières est bon. De manière générale, ces institutions assurent des prestations vitales en matières d'information, frais de transport, assurances, d'après les résultats, ce rôle nécessite une amélioration pour une meilleure prise en charge des attentes des exportateurs. (La majorité des pays, mettent en place ces différentes institutions afin de doper leurs exportations).

II.2. 5. Le rôle des banques

Le commerce extérieur nécessite souvent un accompagnement financier soit à l'importation ou à l'exportation. Cet accompagnement est souvent assuré par les banques et c'est pour cela que nous avons jugé utile d'introduire cette question portant sur le rôle des banques et les réponses sont mentionnées dans le tableau n° 44:

Tableau n° 44: Le rôle des banques dans les exportations.

Le rôle des banques	Entreprises exportatrices	Entreprises non exportatrices	Toutes les entreprises	
			nombre	En %
Faible	05	00	05	17.86
Moyen	14	02	16	57.42
Bon	00	00	00	00

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Remarque : 07 entreprises enquêtées qui représente 24.72% ne sont pas exprimées sur le rôle des banques dans l'accompagnement des exportations, de fait qu'elles n'ont jamais exporté et elles n'ont jamais eu de relations avec les banques. Tandis que 02 entreprises non exportatrices avouent, suite aux informations qu'elles détiennent, que les banques jouent un rôle moyen dans l'accompagnement des entreprises à l'exportation.

Globalement, 57.42% des entreprises enquêtées jugent que le rôle des banques est moyen, mais aucune entreprise ne trouve que ce rôle est bon même parmi les entreprises exportatrices.

II.2. 6. Les obstacles à l'exportation

Beaucoup d'entreprises exportatrices ou non souffrent de blocage de différentes natures généralement connus. Nous introduisons cette question dans le questionnaire, avec 05 obstacles proposés, pour savoir aux moins leur classement dans le but de comprendre où se situe le grand blocage des exportations.

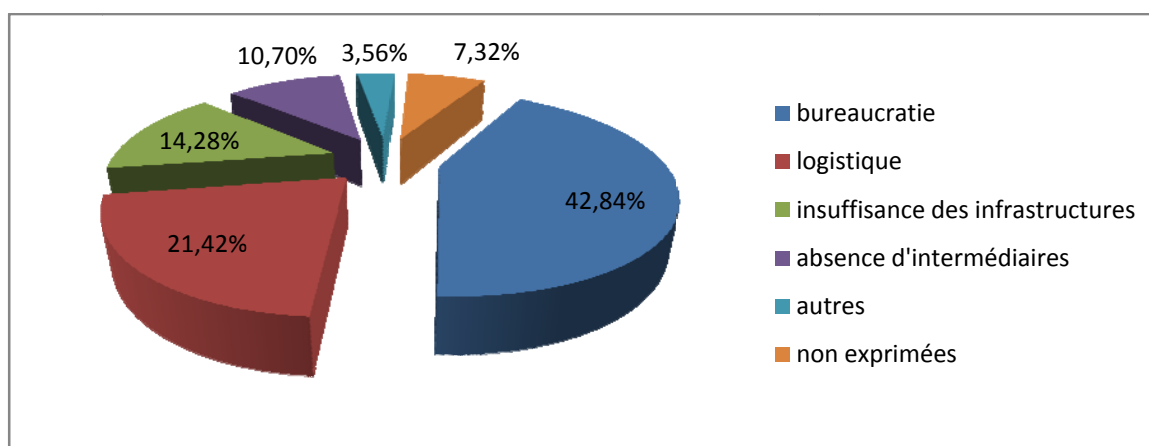
Tableau n°45: Les obstacles à l'exportation selon les entreprises enquêtées.

Nature des obstacles	Entreprises exportatrices	Entreprises non exportatrices	Toutes les entreprises	
			nombre	En %
Logistique	06	00	06	21.43
Insuffisance des infrastructures	04	00	04	14.29
La bureaucratie	08	04	12	42.86
Absence d'intermédiaires	02	01	03	10.71
autres	00	01	01	3.57

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

Remarque : 02 entreprises non exportatrices n'ont pas donnée de réponse à cette question.

Les 26 autres entreprises ont exprimé des réponses qui classent en premières position les obstacles exogène à savoir, la bureaucratie et l'insuffisance des infrastructures notamment portuaires. La logistique est aussi un obstacle majeur qui pèse sur les entreprises.

Graphique n° 34: Les obstacles à l'exportation selon les entreprises enquêtées

Source : conception personnelle à partir du tableau n°45.

Les résultats de l'enquête montrent que la bureaucratie représente un obstacle majeur à l'exportation. La lourdeur de la démarche administrative et sa lenteur représente un frein pour l'activité d'exportation. La logistique est aussi un deuxième grand problème pour les entreprises qui classent l'insuffisance des infrastructures comme troisième obstacle.

Dans le dernier rapport Doing Business de la Banque Mondiale paru la fin octobre 2015, l'Algérie se classe en 163^{ème} sur 189 économies dans le monde en termes de qualité de l'environnement des affaires¹¹. Le rapport Ding Business qui touche plusieurs domaines, et le classement de l'Algérie montre la sphère économique du pays et met en exergue le

¹¹ Le quotidien El Watan du 28/10/2015.

phénomène de la bureaucratie dont souffre l'Algérie même dans le commerce extérieur notamment en ce qui concerne les exportations.

Le rapport classe l'Algérie en 176^{ème} position concernant les procédures de dédouanement, le temps, le coût et le transport. Selon le même rapport, pour réaliser une opération d'exportation en Algérie, il faut 267 heures, équivalent de 11 jours de travail sans arrêt, et elle coûte 1000 dollars. Une opération d'importation coûte 576 heures et une charge de 866 dollars, c'est-à-dire moins chère que l'opération d'exportation.

L'obstacle de la bureaucratie exprimé par les entreprises enquêtées est confirmé par le rapport Doing Business.

Concernant l'insuffisance des infrastructures portuaires et la logistique on peut le constater dans l'exemple qui concerne les exportations à partir de la wilaya de Mila qui a exporté durant l'année en cours, environ 1,5 millions d'euros des produits de terre vers l'Europe, mais l'envoi se réalise à partir des ports tunisiens, problème qui provoque des charges supplémentaires.

Pour le problème d'intermédiaire, il est beaucoup soulevé par les PME de très petite taille, notamment celles qui découlent du domaine artisanal. A titre d'exemple, la wilaya de Tizi Ouzou enregistre plus de 10000 artisans dont aucun n'arrive à exporter sa marchandise. En vue de mettre en œuvre des intermédiaires, il y avait une tentative de créer une coopérative¹² pour faciliter l'écoulement de la production artisanale soit sur le marché local ou sur le marché international.

II.2.7. Les attentes des entreprises

Dans cette question on a laissé le libre choix aux entreprises de proposer leurs propres attentes. Mais on n'a pas pu collecter les réponses escomptées, et nous étions dans l'obligation de faire trois propositions.

Tableau n°46: Les attentes des entreprises enquêtées

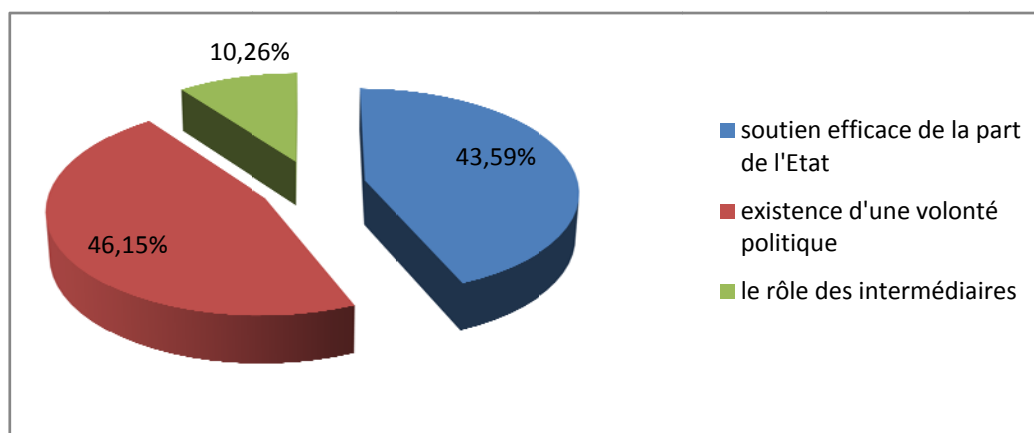
Nature de l'attente	Entreprises exportatrices	Entreprises non exportatrices	Toutes les entreprises	Part en %
Soutien efficace de la part de l'Etat	11	06	17	43.59
Existence d'une volonté politique	15	03	18	46.15
Le rôle des intermédiaires	03	01	04	10.26

Source : conception personnelle à partir des résultats de l'enquête.

¹² Le quotidien El Watan du 24/11/2015.

Pour cette partie, il y a des entreprises qui ont exprimé plus d'une attente, voir deux ou trois. Les parts en pourcentage nous ont permis d'établir la présentation graphique ci-dessous.

Graphique n°35 : Parts des entreprises qui ont exprimé les mêmes attentes.



Source : conception personnelle à partir du tableau n°46.

Si on met en relation les résultats de cette partie avec ceux de la partie portant sur le rôle des structures de soutien à l'exportation ainsi que ceux qui concernent les obstacles à l'exportation, on trouve qu'il y a une certaine compatibilité. Par rapport à l'attente d'un soutien efficace de la part de l'Etat, exprimé par 43,59% des entreprises, il reflète le rôle moyen des institutions de soutien aux exportations qui est exprimé par 57,14% des entreprises. C'est tout ce système donc qui nécessite un perfectionnement afin qu'il soit plus efficace.

Par rapport à l'existence de la volonté politique, une attente exprimée par 46,15% des entreprises, le résultat est pratiquement compatible à celui exprimé dans la partie des obstacles à l'exportation qui est la bureaucratie à hauteur de 42,86%. Les exportateurs privés espèrent une libéralisation effective de l'action d'exportation.

11.3. Synthèses de l'enquête

Le traitement de l'enquête concernant les exportations du secteur privé hors hydrocarbures nous a permis de tirer quelques synthèses importantes. Certes, l'échantillon ciblé n'est pas vraiment représentatif (28 entreprises) pour faire un constat global, mais il nous a permis d'aboutir à quelques résultats explicatifs de la faiblesse de cette catégorie d'exportations.

Synthèse I :

L'enquête montre que les exportations hors hydrocarbures exigent que l'entreprise soit d'une certaine taille. Pour les entreprises enquêtées, celle qui exportent sont des moyennes PME dont l'effectif varie entre 50 à 250 personnes et aussi des grandes PME dont l'effectif dépasse 250 personnes. La structure des PME privées algériennes et loin de renforcer ou de satisfaire cette exigence. La part des moyennes et de grandes PME est très faible et ne représente que 0,22% de total des PME algériennes, selon les données du ministère de l'industrie datées de novembre 2013.

Le nombre limité des moyennes et grandes PME explique partiellement la faiblesse du rôle du secteur privé à contribuer efficacement aux exportations hors hydrocarbures.

Synthèse II :

Une deuxième synthèse de cette enquête concerne les domaines d'activités des entreprises exportatrices. Si on prend les entreprises enquêtées pour référence, leurs domaines d'activités sont limités et il y a une concentration de plusieurs entreprises sur un même domaine. Les domaines limités, reflètent le nombre limité de produits destinés à l'exportation.

Dans le domaine agricole par exemple, l'Algérie peut faire de ce dernier le pilier des exportations hors hydrocarbures. Mais la structure des PME privées selon le domaine d'activité montre que le taux de ces dernières activant dans ce domaine ne dépasse pas 1,5%.

On trouve ici un autre élément justificatif de la faiblesse de la diversification des exportations hors hydrocarbures, encore la majorité de ces produits sont à très faible valeur ajoutée.

Synthèse III :

Dans les entretiens que nous avons eu avec quelques représentants d'entreprises, beaucoup parmi elles ont vécu une expérience d'exportation vers la Tunisie. Mais en raison de la situation que vit ce pays voisin depuis 2011, ces entreprises n'ont pas renouvelé l'opération d'exportation et la majorité de ces représentants ont évoqué également la fermeture des frontières algéro-marocaines, un obstacle qui freine les exportations vers le Maroc.

Ces deux points s'ajoutent aux différents obstacles révélés par l'enquête, à savoir que l'entreprise privée algérienne tarde pour s'internationaliser. En plus, elle souffre d'un déficit managérial et financier, lui permettant de mettre en place une logistique efficace. Les grands problèmes soulignés dans cette enquête demeurent ceux de la bureaucratie, le manque de la

volonté politique de la part de l'Etat pour libérer et renforcer l'action de l'exportation et notamment l'insuffisance des infrastructures portuaires.

Synthèse IV :

La quatrième et dernière synthèse à tirer de cette enquête concerne la compétitivité des entreprises privées. En effet, leur production est jugée compétitive sur des marchés extérieurs limités, à savoir, le marché maghrébin et africain de manière générale. Alors que même la contribution de ces deux marchés au commerce mondial demeure très faible. Cette synthèse explique aussi la faible contribution de l'Algérie dans le commerce mondial.

Conclusion

La première remarque à mettre en exergue dans cette conclusion de ce quatrième chapitre consacré aux exportations du secteur privé national est la faiblesse à tous les niveaux. Le nombre d'entreprises exportatrices privées est très limité. Selon les données de l'ALGEX vues dans la première section de ce chapitre, il y'a seulement une quarantaine d'entreprises qui exportent d'une manière plus au moins régulière.

La deuxième faiblesse qu'on peut souligner concerne les exportations en valeur et en volume.

Nous avons vu selon les données de l'ALGEX, qu'il a fallu 06 ans dans la période étudiée (2005/2013) pour que la somme des exportations des entreprises privées dépasse pour la première fois le seuil de 100 millions de dollars, exactement en 2010 que ces exportations ont atteints une valeur de 330,22 millions de dollars. La faiblesse en valeur de ces exportations est montrée également par rapport aux exportations du secteur public dont elles ne représentaient qu'un quart en 2013.

Concernant la faiblesse en volume, elle est reflétée par la valeur des exportations. En effet, l'accroissement des exportations du secteur privé, nécessite l'augmentation de nombre d'entreprises exportatrices, l'augmentation des quantités de produits destinées à l'exportation et aussi l'augmentation de la part des marchés externes.

Par rapport à ce point, si on fait une petite comparaison avec l'Ethiopie, ce pays est doté de 8000 entreprises exportatrices¹³ d'une manière régulière, ce pays exporte annuellement une valeur de 90 millions de dollars pour le seul produit qui est les fleurs. Alors qu'en Algérie, si on raisonne sur les entreprises privées dont un nombre important qui exportent les dattes, ces entreprises n'arrivent toujours pas à exporter cette somme de 90 millions de dollars annuellement.

Pour le nombre d'entreprises publiques et privées qui ont des potentialités à exporter hors hydrocarbures est estimé selon le responsable de l'ALGEX à environ 1200 entreprises. Par rapport à ce chiffre, même si la part des entreprises privées est importante, elles n'arrivent toujours pas à décoller les exportations.

Dans cette conclusion on peut aussi évoquer les difficultés des entreprises privées à l'exportation. La liste des obstacles est pratiquement longue, il y a ce qui relève de niveau interne à l'entreprise comme par exemple la logistique, les capacités managériales, le faible

¹³ NURDIN Georges, coauteur des multinationales émergentes avec DJARMOUN Soraya, Interview de quotidien liberté du 21/09/2015.

taux d'internationalisation, mais aussi l'obstacle de la bureaucratie qui est un frein majeur au point de vue des entreprises enquêtées. Cet obstacle était à l'origine même d'une polémique entre le PDG de CEVITAL, le premier groupe exportateur hors hydrocarbures en Algérie et le ministre de l'industrie, selon le responsable de CEVITAL, son groupe est victime d'une bureaucratie suite au blocage d'exportation de quelque 6000 machines à laver depuis novembre 2014.

Chapitre V

Le groupe CEVITAL et sa contribution aux exportations hors hydrocarbures

Introduction

Le secteur privé national est caractérisé par une forte dominance de très petites entreprises ainsi que son jeune âge.

Depuis l'indépendance, l'entreprise privée s'est développée à la marge du secteur public. Cela n'exclut pas l'existence de quelques unités familiales qui ont pu résister à cette dure épreuve et d'autres qui ont bénéficié de quelques avantages considérables. Il a fallu attendre le début des années 1990 pour qu'il ait des conditions favorables pour son développement garanti par le passage graduel à l'économie du marché et à des degrés différents, par les différents codes d'investissements émis lors de cette période.

Le groupe CEVITAL, est le plus grand groupe privé en Algérie. Avec une stratégie de croissance très distinguée, basée principalement sur l'agroalimentaire et une série d'activités diversifiées comme l'électroménager, le verre plat, le bâtiment et autres. Si ce groupe fait l'exception, c'est par rapport à sa taille, sa stratégie de diversification, son déploiement à l'échelle nationale et internationale ainsi que la croissance très remarquable de ses exportations.

L'objet de ce V^e chapitre est l'étude du groupe CEVITAL ainsi que sa contribution aux exportations hors hydrocarbures. Nous nous intéresserons dans la première section à la présentation de CEVITAL, son historique et aussi son poids dans l'économie nationale. La deuxième section sera consacrée à la stratégie de CEVITAL à l'internationalisation, elle portera essentiellement sur les acquisitions d'entreprises européennes, ses implantations dans plusieurs pays africains et en Amérique Latine. La troisième section sera axée sur la stratégie de CEVITAL en matière d'exportation.

Section I : Présentation de CEVITAL

CEVITAL parmi les rares groupes relevant du secteur privé national ayant atteint une telle taille et renommée internationale. Son histoire remonte à 1971, depuis le groupe a connu un développement très remarquable.

I.1. Historique du Groupe

Le Groupe CEVITAL est un Groupe familial créé avec des fonds privés. Son histoire commençait avec une prise de 20% du capital de SOCOMEG, une entreprise de construction métallique en 1971. L'année 1998 a connu la création de CEVITAL SPA, elle a pour actionnaires principaux le fondateur Issad REBRAB et ses fils. En 44 ans d'existence, cette entreprise familiale a fait un parcours exceptionnel avec la création et le rachat de plusieurs entreprises. Au cours des deux dernières décennies, ce groupe a pu acquérir une dimension nationale très importante en termes de déploiement sur le terrain et la part de marché dans de nombreux domaines. Egalement, l'acquisition d'une notoriété internationale, pas seulement avec les exportations de nombreux produits vers pratiquement les cinq continents, mais les acquisitions d'entreprises européennes reflètent la volonté de ce groupe à confirmer ses performances et ses visions stratégiques.

I.2. Chronologie de développement de CEVITAL

Le coup de starter du développement de CEVITAL remonte à l'achat de 20% du capital de SOCOMEG en 1971. Depuis cette date, le groupe n'a pas cessé de racheter ou de créer d'autres entreprises en adoptant une stratégie de diversification. Les principales phases de développement de CEVITAL sont montrées ci-dessous¹:

- **1971- 1988:** Création et reprise de plusieurs sociétés de construction métallique : SOCOMEG, PROFILOR, ENALUX, METALLOR, METAL SIDER
- **1991:** Création de Liberté, quotidien d'information
- **1992:** Création de l'Agro- grain pour l'importation et la distribution de produits alimentaires.

¹HAFSI. Taib. « Issad REBRAB, voir grand, commencer petit et aller vite ».éditions casbah, Alger 2012.
P.376

- **1997:** Création de Hyundai Motors Algérie pour la distribution de véhicules de Hyundai.
- **1998:** Création de CEVITAL SPA : agroalimentaire
- Création de Nolis, filiale pour le transport maritime.
- **2007:** Création d'une usine de verre plat MFG
- **2007:** Création de SAMHA pour la distribution des produits électroniques et électroménagers de marque SAMSUNG.
- **2008:** Création de MFG Europe pour la commercialisation de verre plat en Europe.
- **2009:** Construction d'une usine de production de produits électroniques et électroménagers de SAMSUNG.
- **2009:** Nouvelle raffinerie de sucre de 1 million de tonnes/ an.
- **2009:** Construction de deux centrales électriques en cogénération de 2x25MW.

Source : extrait de: ISSAD REBRRAB, TAIB HAFSI, p. 376

Dans son processus d'extension, CEVITAL a passé à une vitesse supérieure. Pour suivre les grandes mutations de l'environnement, la forte diversification et le passage à l'internationalisation demeurent deux options inévitables. En effet, CEVITAL s'est engagée dans une autre phase de développement caractérisée par les acquisitions d'entreprises qu'on peut présenter ainsi :

- **2013 :** Rachat de 67% du capital de Michelin Algérie, producteur de pneumatique.
- **2013 :** Acquisition du groupe français Oxxo, spécialisé dans la menuiserie PVC.
- **2013 :** Acquisition d'une usine d'aluminium Alas en Espagne
- **2014 :** Acquisition de Fagor Brandt, le groupe français spécialisé en électroménager.
- **2014 :** Acquisition de Lucchini, groupe italien d'acier.

I.3. L'organisation de CEVITAL

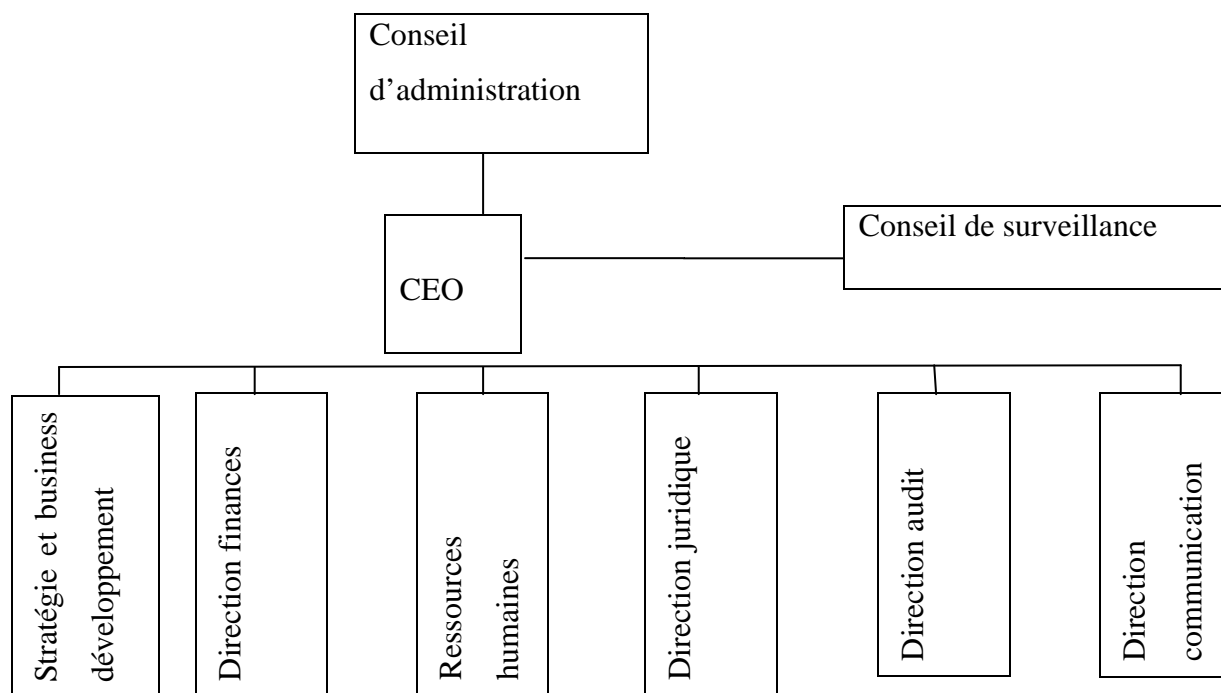
CEVITAL, comme c'est indiqué précédemment est présent dans 04 pôles d'activités économiques. Ses différentes activités sont assurées par 19 filiales. CEVITAL retrouve sa force économique dans la synergie et la complémentarité entre ses différentes filiales

I.3.1. Organigramme de CEVITAL

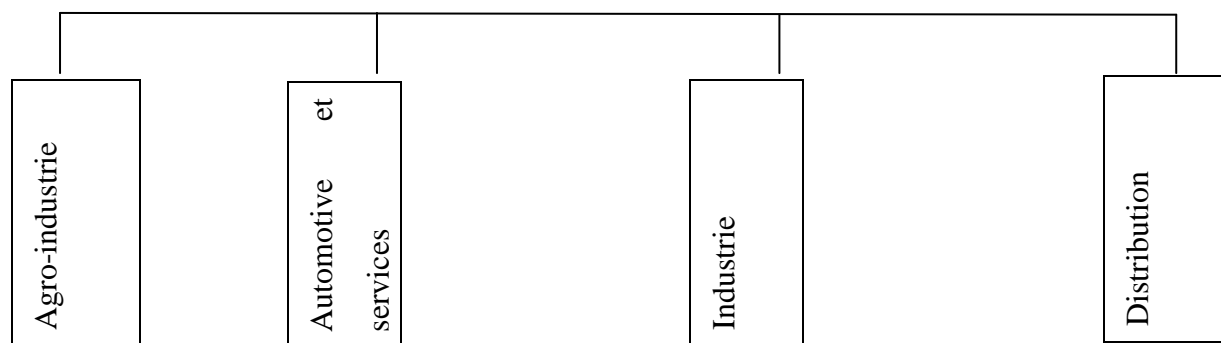
Le sommet stratégique de CEVITAL est dirigé par une direction générale composée d'un conseil d'administration, conseil de surveillance et le CEO, ainsi que six directions qui

centralisent l'information utile pour la prise de décision. Les filiales sont organisées selon leurs domaines d'activités et selon l'un des quatre pôles dont CEVITAL est présent. L'organigramme général de CEVITAL peut être présenté selon Figure n°06 ci-dessous :

Figure n°05 : L'organigramme général du groupe CEVITAL.



Les pôles d'activité



Cevital Agro-industrie
Ceviagro
Nolis
Cevital MTP
Cevicar

Hyundai
Volvo Travaux Publics
ACTS
FIAT

MFG

Samha
Prainsa Cevico Algérie
BATICOMPOS
CEVITAL MINERALS
Fagor Brandt, Alas, Lucchini

Numidis
Numilog
Sierra

Source : documentation interne au Groupe.

Remarque: quelques filiales telles que la cimenterie, le traitement des eaux et la pétrochimie ne sont pas encore opérationnelles, elles ne sont pas intégrées dans cet organigramme.

I.3.2. Présentation des pôles d'activités

Selon l'organigramme présenté dans la figure n° 06, CEVITAL est présent sur 04 pôles importants d'activités économiques.

I.3.2.1. L'Agro-industrie

Ce pôle représente la pierre angulaire de CEVITAL en raison de l'importance stratégique des trois filiales dont il est composé et la forte synergie entre elles. CEVITAL Agro-industrie sans doute est la plus importante de ces filiales. Composé de plusieurs unités de production telles que les raffineries de sucre, de l'huile, margarinerie, conditionnement d'eau minérale unité de fabrication et de conditionnement de boisson rafraichissante et conserverie. Tous ces produits procurent pour CEVITAL, la position du leader sur le marché national avec une haute capacité de production, avec une importante partie destinée à l'exportation.

La deuxième filiale est Ceviagro, créée en 2004, chargée de la production agricole de masse, active dans le domaine de la production des plants arboricoles, arboriculture, semences de pomme de terre, ainsi que la commercialisation de produits fertilisants.

La troisième filiale est Nolis SPA, filiale en charge du transport maritime Créée en 2000, Nolis réalise aux moyens de trois navires en propriété et affrétés le transport des matières premières du Groupe CEVITAL destinées à l'importation et l'exportation.

I.3.2.2. Automotive et service

Cette filiale est chargée de la distribution de véhicules de Hyundai et Fiat, les équipements des travaux publics de Volvo, maintenance de véhicule utilitaire et le transport en commun par ACT. La location des équipements de travaux publics et de voitures sont assurées respectivement par MTP et CEVICAR.

I.3.2.3. L'Industrie

L'industrie de CEVITAL est diversifiée et partagée entre huit filiales. SAMHA assure la production de plusieurs produits électroniques et électroménagers de marque SAMSUNG.

Le domaine des constructions est partagé entre d'une part Prainsa Cevico Algérie (un partenariat entre CEVITAL et le Groupe espagnol Prainsa) spécialisé dans la fourniture des éléments préfabriqués en béton et d'une autre part BATICOMPOS qui intervient dans l'habitation spéciale, les chambres froides, les bungalows et les abris pour les télécommunications. Ces deux filiales, sont assistées par Cevital Minerals créée en 2008 avec huit titres miniers entre l'exploration et l'exploitation, elle a pour mission de répondre aux besoins des filiales du Groupe CEVITAL pour tous produits miniers rentrant dans leurs activités. La filiale Mediterranean Float Glass par abréviation MFG, créée en 2007 est le plus grand producteur de verre plat en Afrique. Leader sur le marché local et 70% de sa production est destinée à l'exportation. Le portefeuille industriel de CEVITAL s'est enrichi avec l'acquisition d'Oxxo, Lucchini et Alas.

I.3.2.4. La Distribution

La distribution est au centre des activités de CEVITAL. La filiale Numidis assure la distribution d'une grande partie de la production agro-alimentaire, électronique et électroménagère. Cette filiale est spécialisée dans la grande distribution en développant une chaîne de supermarchés et d'hypermarchés sous l'enseigne Unocity et Uno pour satisfaire les attentes de ses clients d'abord à l'échelle régionale ensuite à l'échelle nationale. La deuxième filiale qui joue un rôle primordial dans la distribution est Numilog. Créée en 2007, pour répondre aux besoins des entreprises en termes de logistique et de Transport avec une flotte de plus de 400 véhicules tous types confondus ainsi qu'un réseau de distribution de 16 CLR (Centres Logistiques Régionaux) judicieusement réparties à travers le territoire national.

I.4. Le poids de CEVITAL dans l'économie nationale

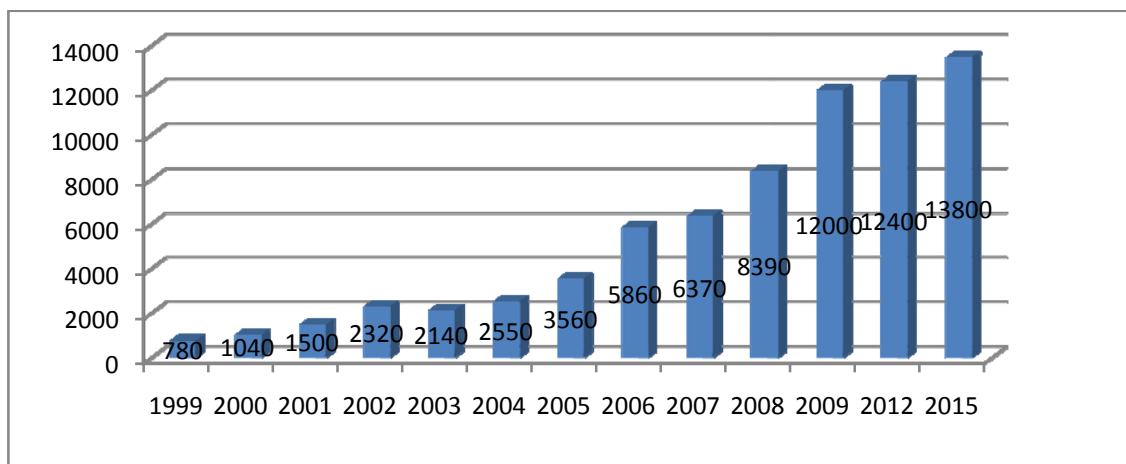
Le groupe CEVITAL est un acteur incontournable dans l'économie nationale, en raison de sa taille, sa diversification et son déploiement à l'échelle nationale. Le groupe occupe également les premières places en matière de création d'emploi, et la distribution de la richesse et par conséquent, une forte contribution au budget de l'Etat.

I.4. 1. Création de l'emploi

L'effectif de CEVITAL est de 13480 employés (jusqu'au mois de février 2015). Le groupe demeure parmi les premiers employeurs en Algérie avec un taux de croissance annuel de 31,4%. En 17 ans l'effectif de CEVITAL est passé de 780 employés à 13480. Durant cette

période, l'effectif s'est multiplié x16. De 2007 à 2015 l'effectif a plus que doublé en passant de 6730 à 13480. L'évolution de l'effectif de CEVITAL est représentée dans la figure n° 45 ci-dessous.

Graphique n° 36 : Evolution de l'emploi au sein de CEVITAL, 1999/2015.



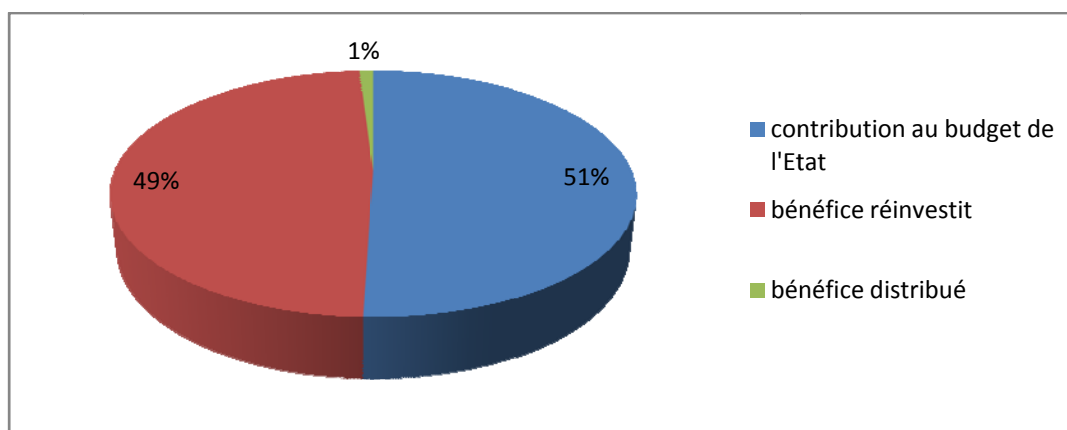
Source : documentation interne au Groupe. (février 2015).

La politique d'investissement actuelle de CEVITAL à travers de nombreux projets en cours de réalisation ou en phase d'étude met en exergue la création de l'emploi et l'augmentation des exportations.

I.4. 2. Contribution aux impôts

La structure de la distribution de la richesse créée par CEVITAL pour la période allant de 1999 à 2009 peut être présentée comme suit :

Graphique n° 37 : Structure de la redistribution de la richesse de CEVITAL.



Source : Taib HAFSI, « Issad REBRABE », P.184

Pendant une période de 11 ans, CEVITAL a versé 181,6 milliards de DA d'impôt sous différentes formes (IBS, IRG, TVA ...) pour le Trésor avec une moyenne annuelle de 16,51 milliards² de DA, un apport très important. Pendant la même période, le groupe a investi 116 milliards de DA et il a distribué comme bénéfice 3 milliards de DA.

La structure de la redistribution de la richesse de CEVITAL en termes de pourcentage, pratiquement n'a pas changé ces dernières années selon les responsables du GROUPE, malgré que dans les investissements CEVITAL souffre de plusieurs blocages administratifs, le groupe continue à verser plus de 50% de sa richesse annuelle au Trésor.

I.4.3. La production de CEVITAL et la couverture du marché local

Les capacités de production de CEVITAL sont énormes dans plusieurs domaines notamment l'agroalimentaire et le verre plat. Même si dans le secteur agroalimentaire le marché local est partagé entre plusieurs producteurs nationaux et les importateurs, CEVITAL confirme sa position de leader avec un meilleur rapport qualité/prix et une logistique incontournable à la distribution.

La production des huiles végétales est estimée à 570000 T/an, soit 140% des besoins nationaux. La production du sucre blanc est de 2millions T/an avec un objectif de porter cette capacité à 2.7 millions de tonnes/an, et celle des margarines et graisses végétales est de 180000 T/an, soit respectivement 180% et 120% des besoins nationaux. Ces produits sont exportés vers le Maghreb et le Moyen Orient.

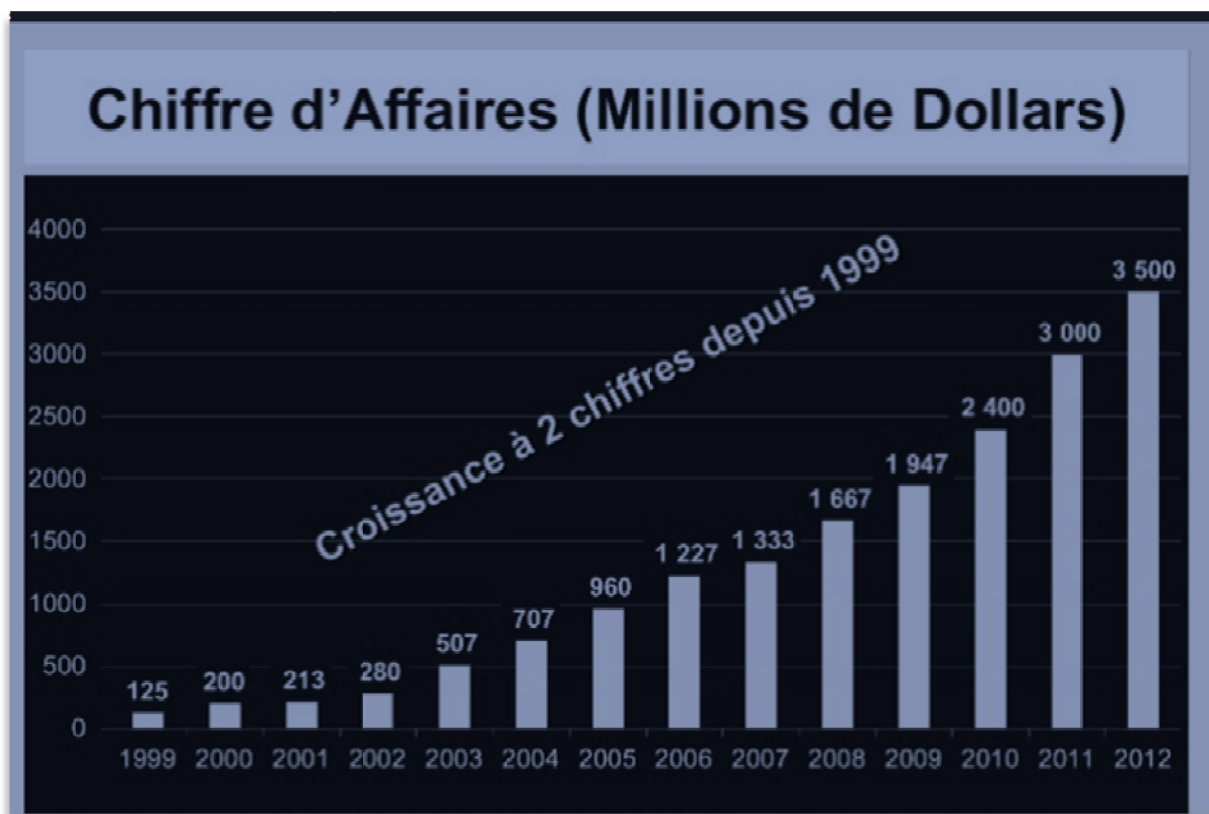
La production des eaux minérales et boissons gazeuses atteint 3 millions de bouteilles/jour. Le verre plat est l'activité phare de CEVITAL via sa filiale MFG avec une capacité de production 700000 T/jour et un projet d'extension pour atteindre 800000T/jour. 30% couvrent largement le besoin local et les 70% sont exportés dans plusieurs pays européens.

I.4.4. L'Evolution de chiffre d'affaire de CEVITAL

Comme le montre le graphique n^o 47 ci-dessous, le chiffre d'affaire de CEVITAL a connu une évolution exceptionnelle. Une croissance en deux chiffres pendant 13 ans. Le chiffre est passé de 125 millions de dollars en 1999 à 3,5 milliards de dollars en 2012. L'objectif de CEVITAL est d'atteindre 6,7 milliards de dollars pour 2015 et 25 milliards de dollars en 2025.

² Documentation interne au groupe.

Graphique n° 38 : Croissance de chiffre d'affaire de Cevital.



Source : documentation interne au groupe.

I.4. 5. La préoccupation de la sécurité alimentaire

La sécurité alimentaire est un défi pour chaque pays qui cherche à atteindre son autosuffisance alimentaire. Cette question occupe un large espace dans la stratégie de CEVITAL dont les responsables jugent l'urgence de préparer l'après pétrole. Le groupe voit dans les terres agricoles de l'Afrique d'immenses opportunités d'investissements pour assurer la sécurité des approvisionnements alimentaires de l'Algérie. En effet, CEVITAL est sur le point de réaliser plusieurs projets agricoles dans plusieurs pays africains tels que le Soudan, la Tanzanie et la Côte d'Ivoire.

Section II : L'internationalisation de CEVITAL

Dans sa stratégie d'internationalisation, CEVITAL a opté pour plusieurs formes dont l'objectif est de s'introduire dans les marchés étrangers souvent éloignés et différents culturellement, économiquement et juridiquement du marché national.

CEVITAL a déployé une stratégie compatible à chaque marche selon ses besoins et ses objectifs avec la prise en considération de l'évolution de l'environnement global. Le

groupe a toujours le levier du marché national, par conséquent, un avantage concurrentiel difficile à battre. Cet avantage est porté actuellement au-delà des frontières nationales avec la décision de s'internationaliser, qui semble, selon des spécialistes³, à l'origine même de la décision d'investissement.

CEVITAL est aussi un gros importateur. Pour ses besoins de production, le groupe s'approvisionne à partir des marchés étrangers en beaucoup de matières premières. Notamment pour la filiale agroalimentaire avec des importations annuelles de 400 000 t de maïs et de soja. Les équipements et les grandes installations de production sont également importées. Au point même que beaucoup de partenaires potentiels qui rendaient visite aux divers complexes de CEVITAL, exprimaient leur étonnement par rapport aux technologies utilisées.

II. 1. Les exportations de CEVITAL

La politique d'exportation représente le pilier de développement international de CEVITAL. Le groupe adopte une stratégie lui permettant de doper la vente de ses produits à l'étranger. Environ 70% de la production globale de CEVITAL est destinée à l'exportation.

CEVITAL est classé actuellement deuxième exportateur après SONATRACH et premier exportateur privé en Algérie. Ayant confiance dans la compétitivité de ses produits très variés, CEVITAL exporte des produits agroalimentaires, agricoles, électroménagers et le verre plat. Le groupe exporte à présent dans plus d'une trentaine de pays à travers les cinq continents.

La présentation des exportations de CEVITAL avec plus de détails sera l'objet de la troisième section de ce présent chapitre.

II. 2. Les partenariats stratégiques

Le partenariat avec d'autres opérateurs économiques étrangers est une option privilégiée par CEVITAL. En effet, le groupe a conclu plusieurs accords de partenariat avec des groupes d'une renommée internationale dans divers domaines. Les partenariats, d'une manière générale, avaient un impact positif sur le développement du groupe en ce qui concerne notamment le transfert technologique, l'accès à d'autres domaines d'activités stratégiques, la création d'emploi, la croissance des ventes et l'accès aux nouveaux marchés.

³ URBAN. Sabine. «Management international, des pratiques en mutation», P.61, édition Pearson, 2011.

II.2.1. Partenariats en Algérie

Pour ses activités en Algérie CEVITAL a opté pour des partenariats avec des opérateurs étrangers, en adoptant au même temps la stratégie de diversification dans plusieurs domaines tels que l'électroménager, le bâtiment, le traitement des eaux...etc. Les plus importants partenariats de CEVITAL en Algérie peuvent être présentés comme suis :

II.2.1.1. Partenariat avec SAMSUNG et la création de SAMHA

Dans l'électronique et électroménager, le groupe a choisi le leader mondial coréen SAMSUNG. Le partenariat en question portait au début sur l'exclusivité de la distribution des produits de SAMSUNG en Algérie. En 2010 ce partenariat a débouché sur la création de SAMHA et l'ouverture d'une usine à Sétif qui employait environ 18000 personnes, pour la fabrication d'une large gamme des produits de SAMSUNG.

La perspective de production envisagée à travers ce partenariat représente un défi national dans la maîtrise technologique dans ce segment de par l'envergure de cet investissement. En juillet 2015 SAMSUNG a mis un terme à son partenariat avec CEVITAL suite à l'acquisition de ce dernier de l'opérateur français Fagor Brandt. Pour CEVITAL, ce divorce n'aura aucun impact sur sa stratégie puisqu'il envisage de passer à la production sous sa propre marque.

II.2.1.2. Prainsa Cevico Algérie et l'association avec le groupe espagnol Prainsa

L'association de CEVITAL avec le groupe espagnol Prainsa dans le domaine du bâtiment a permis la création de Prainsa Cevico Algérie. Cette filiale est aujourd'hui titulaire d'un certificat de classification et de qualification professionnelle de catégorie VIII.

Avec deux usines installées à LARBAA et HASSI AMEUR la création de CEVICO considérée comme une expérience inédite en Algérie. La filiale est chargée de fournir aux projets de construction du Groupe CEVITAL les éléments préfabriqués en béton pour accompagner son ambition de se doter de structures à la mesure de sa stratégie de développement. Avec un savoir-faire acquis CEVICO projette de conquérir le marché national de la construction et les travaux publics.

II.2.1.3. Sierra CEVITAL

Sierra CEVITAL est une joint-venture entre Sonae Sierra et CEVITAL. Cette filiale est prestataire de services professionnels. Elle est spécialisée dans le secteur des centres commerciaux, pour les activités de développement, de gestion et de location. La filiale concentre son activité en Algérie.

II.2.1.4. CEVITAL et le groupe Memsys

Parmi les plus récents partenariats de CEVITAL, celui conclu avec le groupe allemand Memsys, un groupe basé à Singapour et en Allemagne et spécialisé notamment dans la réalisation des stations de dessalement de l'eau de mer. Ce partenariat concerne la réalisation de stations de dessalement de l'eau de mer à Bejaia. Des stations de dessalement de haute technologie qui permettront la récupération du sel et la production de l'eau pour l'irrigation dans le domaine agricole.

Avec le groupe Memsys, CEVITAL intègre un autre domaine d'activité stratégique qui est celui de l'hydraulique, allant jusqu'à la production des installations de dessalement pour le besoin national et pour les exportations ailleurs dans le monde.

II.2.1.5. Rachat de Michelin Algérie

En 2013 le groupe CEVITAL a signé un contrat de rachat de 67% de capital social de la société Michelin-Algérie. L'accord a prévu que Michelin, numéro 1 mondial du pneumatique conservera temporairement 33% des parts jusqu'à l'arrêt définitif de ses activités en Algérie. À terme, CEVITAL détiendra l'intégralité du capital de la société Michelin-Algérie. Cet accord permettra de continuer à développer la commercialisation des pneumatiques aux marques du groupe Michelin au service de l'ensemble des clients sur le territoire national. Le Groupe CEVITAL prévoit déjà une stratégie pour développer ce secteur en Algérie dont la demande de pneumatiques est d'au moins 3,5 millions⁴ par an et les importations représentent environ 90% de besoin national.

CEVITAL, jusqu'à présent n'a pas pu avoir la main mise sur Michelin Algérie à cause d'un terrain d'une superficie de 15 hectares situé à Alger.

⁴www.liberté.dz archives consultés juillet 2015.

II. 2.2. Partenariats à l'étranger

La politique de développement de CEVITAL et la dimension de ses investissements à l'étranger, suscitent l'intérêt de beaucoup d'opérateurs étrangers notamment européens et ceux de l'Amérique Latine qui envisagent des partenariats dont certains sont déjà au début de la concrétisation.

II. 2.2.1. Des opportunités à Vendée, Toscane et Brésil

Au cours de juillet 2015 les responsables de CEVITAL ont reçu plusieurs délégations étrangères. Des élus de département de la Vendée en France où se trouvent deux unités de l'entreprise française Brandt, acquises par le groupe CEVITAL. Une autre délégation conduite par le président de la région Toscane en Italie dont le président a beaucoup appuyé le dossier de CEVITAL dans le processus d'acquisition de LUCCHINI. Les deux délégations ont évoqué des opportunités de partenariats comme celle d'installation d'un complexe agroalimentaire en Toscane qui est déjà au début de sa concrétisation.

Pour la délégation brésilienne, des investissements sont prévus au Brésil avec un objectif d'accroître la valeur des échanges entre les deux pays de 4 à 15 milliards de dollars.

II. 2.2.2. Simab et la distribution des produits de CEVITAL à l'étranger

Lors de sa visite à Bejaia, le représentant du Fonds monétaire anglais a annoncé que prochainement la distribution de l'huile, le sucre, la margarine et le beurre produits par CEVITAL, seront assurés par le groupe Simab via sa chaîne de distribution internationale. Le groupe en question cherche à développer une synergie avec CEVITAL. Un tel partenariat est une opportunité pour CEVITAL de doper l'exportation de ses produits agroalimentaires.

II. 3. Les acquisitions en Europe

CEVITAL renforce sa stratégie d'internationalisation avec l'acquisition de quatre entreprises européennes dans un contexte de crise économique mondiale très favorable à ce type de transactions. Le groupe a pris le temps de se faire connaître et de construire une crédibilité, s'est montré offensif, à travers une série d'acquisitions qui se sont accélérées depuis 2013 en Europe.

Avec les exportations du sucre en Europe, CEVITAL est devenu un acteur incontournable sur ce continent⁵ depuis notamment 2010 à cause des conditions climatiques ayant perturbé la production en Inde, considéré comme un grand producteur mondial. Et depuis 2013, la présence de CEVITAL en Europe a pris une autre forme suite à l'acquisition de nombreuses entreprises issues de différents domaines d'activités. A travers les entreprises acquises, CEVITAL a acheté également des marques, une option avantageuse que la création de nouvelles⁶, c'est ainsi que CEVITAL cherche à gagner et à améliorer sa position sur le marché mondial.

II. 3.1. L'acquisition d'OXXO

CEVITAL a procédé en juin 2013 à l'acquisition du leader français de la menuiserie PVC, Oxxo. Ce dernier est le numéro 1 de la fabrication de portes et de fenêtres avec un chiffre d'affaire de 67 millions d'euros réalisé en 2012. Face à d'autres concurrents c'est l'offre de CEVITAL qui a été retenue vers la fin avec un engagement de sauvegarder 288 emplois sur les 412 actuels. CEVITAL prévoit aussi investissement de 12 millions d'euros pour la modernisation de quelques unités de production.

Les sites d'Oxxo ne produisent que 200000 fenêtres/an en France, avec l'acquisition, CEVITAL envisage le transfert d'une partie de la production vers l'Algérie pour augmenter la production qui est estimée à 2,1 million d'unités par an et la création de 3000 emplois. OXXO représente également une opportunité pour CEVITAL pour créer une forte synergie avec ses filiales d'aluminium et de verre et de construire ainsi une base productive en Europe.

II. 3.2. L'acquisition de l'usine d'aluminium Alas

Après Oxxo, CEVITAL a pu acquérir en octobre 2013 l'usine d'aluminium de la société espagnole Alas pour un montant de 8,5 millions d'euros. Cette acquisition, selon les responsables de CEVITAL⁷, sera suivi d'un investissement afin d'atteindre d'ici à 2016 une production de 13.000 tonnes d'aluminium pour un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros.

CEVITAL qui était à la recherche d'un site industriel de production de métallurgie d'aluminium trouve dans l'acquisition de l'entreprise Alas un projet parfaitement

⁵ URBAN. Sabine. «Management international, des pratiques en mutation». Op cit. P.61

² BOURENANI. Farid. Expert et ingénieur financier et conseiller financier de CEVITAL, sur la radio Maghreb Emergent, mai 2014.

⁶ www.leconews.com consulté le 04/11/2013

complémentaire avec ses activités d'exportations, en plus l'opportunité lui permet de compléter son dispositif européen avec Oxxo en créant plus de synergie entre ces différentes filiales.

II. 3.3. L'acquisition de Fagor Brandt

Le groupe Fagor Brandt acquis par CEVITAL en 2014 est parmi ses plus importants projets en Europe. Fagor Brandt est le numéro deux de l'électroménager en France avec une part de marché de 14%, 1800 salariés dont 1200 seront reconduits et un chiffre d'affaires de 647 millions d'euros réalisé en 2012.

Cette acquisition permet à CEVITAL de renforcer sa position dans le domaine de l'électroménager en raison de savoir-faire de Fagor Brandt, ses marques (Brandt, Vedette, Sauter, De Dietrich...) et son leadership en France.

CEVITAL, qui dispose en Algérie d'une usine d'électroménager développée en partenariat avec le géant coréen Samsung (dont le partenariat est remis en cause), trouve un atout lui permettant de localiser la production de part et d'autre de la Méditerranée, en tenant compte des spécificités des différentes usines. S'inscrivant dans la même logique, une usine est prévue à Sétif et qui peut être opérationnelle à la fin de 2015 pour un investissement de 200 millions d'euros. L'ampleur de cet investissement envisage d'atteindre une capacité de production dix fois plus que celle de Fagor Brandt avant son rachat. Avec cette acquisition, CEVITAL veut devenir un leader régional de l'électroménager avec un objectif d'exporter 10 millions d'unités d'ici quelques années.

II. 3.4. L'acquisition de Lucchini

Le rachat de l'aciériste italien Lucchini en novembre 2014 demeure la quatrième opération d'envergure pour CEVITAL en Europe et en une période de deux ans.

Lucchini, deuxième producteur d'acier italien, est acquis pour un montant de 400 millions d'euros avec une reprise de la majorité des 2 500 travailleurs pour au moins les deux années à venir.

CEVITAL compte à travers la reprise de Lucchini de redémarrer l'industrie de l'acier à Piombino avec remplacement des hauts-fourneaux par des fours électriques ce qui permettra l'amélioration de la rentabilité dans le but d'atteindre une production de deux millions de tonnes d'aciers spéciaux.

En plus des marchés traditionnels de Lucchini, CEVITAL compte commercialiser le surplus de production d'acier dans les marchés du Maghreb et de l'Afrique.

II. 3. 5. L'intérêt des acquisitions en Europe

Les récentes acquisitions de CEVITAL en Europe auront un impact positif sur l'activité globale du groupe et répondent à la stratégie d'extension et de développement de ce dernier. Un gain de temps, racheter une entreprise est plus rapide que de créer une nouvelle. Avec tous ce qui en suis la marque, les brevets, le savoir-faire et la pénétration des marchés. Permettent l'intégration d'autres domaines stratégiques et la diversification du portefeuille. L'intégration verticale et création des synergies avec ses autres filiales déjà existantes ainsi que le transfert technologique vers l'Algérie, par conséquent, la formation et l'apprentissage. Avec le transfert de quelques parties de production vers l'Algérie, CEVITAL renforcera sa politique de création d'emploi, augmentation de la production, maîtrise des coûts, création de richesse et augmentation des exportations. Dans le cas d'Oxxo, la création d'une usine à Sétif avec 3000 postes d'emplois et une production de 2.1 millions⁸ d'unités dont une grande partie sera destinée au marché maghrébin.

L'achat de Fagor Brandt répond à la même démarche stratégique pour CEVITAL avec un actif précieux, une renommée mondiale, des brevets technologiques, un pôle de recherche et développement, et une nouvelle usine à Sétif qui fabriquera 8 millions⁹ de produits/an, dont une grande partie sera destinée à l'exportation.

L'avantage d'exploiter les réseaux traditionnel des entreprises acquises dans la commercialisation et la distribution de la production sur les marchés internationaux.

II.4. Les implantations en Afrique

CEVITAL s'est orienté ces dernières années vers plusieurs pays africains qui représentent d'innombrables opportunités d'investissements dans plusieurs domaines, dans notamment le secteur agroalimentaire, l'agriculture, l'électricité, la métallurgie...etc.

⁸ Documentation interne au groupe

⁹ Documentation interne au groupe.

II.4.1. La plateforme logistique au Maroc

CEVITAL s'est installée au Maroc depuis déjà plusieurs années. Avec une plateforme logistique à Tanger, le groupe assure l'approvisionnement du marché marocain, notamment en besoin de verre plat.

En 2013, CEVITAL a procédé à l'extension de la plateforme en question afin de porter sa superficie de 10.000 à 110.000 m². Cette extension a pour objectif de suivre et de profiter de la montée en puissance de la demande concernant le verre dans un Maroc en plein chantier, et aussi d'exporter vers quelques pays de l'Afrique de l'ouest.

II.4.2. L'agriculture et l'agroalimentaire au Soudan

Le Soudan semble être la destination la plus attractive aux yeux des responsables de CEVITAL voir le potentiel dont dispose ce pays. Après deux années de pourparlers avec le gouvernement soudanais, ce dernier a accordé au groupe toutes les facilités nécessaires pour la concrétisation de ces projets d'investissements.

Officiellement, CEVITAL s'est installé à Khartoum dans la capitale soudanaise où 50 hectares ont été déjà mis à sa disposition¹⁰ en attendant d'autres avantages que les autorités politiques soudanaises peuvent lui accorder. CEVITAL pourra même avoir son propre port sur une côte soudanaise de quelques 700 kilomètres.

En ce qui concerne les projets, ils sont de nature agricole et agroalimentaire. Le Soudan ne produit en fait que 700 000 tonnes¹¹ de sucre de moindre qualité, avec l'arrivée de CEVITAL, il compte augmenter sa production jusqu' à 12 millions de tonnes par an.

II.4.3. Complexe industriel en Côte d'Ivoire

L'investissement de CEVITAL en Côte d'Ivoire est important. Pour un montant d'un milliard de dollars, le complexe qui s'étendra sur 350¹² hectares comprendra un port agro-industriel, des installations logistiques et de transformations agricoles et une centrale électrique. Ce méga projet prévu au début à Abidjan sera finalement installé à l'île Boulay. L'objectif de CEVITAL via cette implantation est de doper le trafic avec la sous-région ouest-africaine et le Brésil.

¹⁰ Idem.

¹¹ www.algerie-focus.com (consulté juin 2015)

¹² www.agenceecofin.com (consulté en aout 2015).

En côte d'Ivoire, CEVITAL projette également de produire du riz pour le besoin du marché local et pour l'exportation.

II.4.4. Les autres pays africains

Outre le Soudan et Côte d'Ivoire, CEVITAL a entamé de gros investissements dans plusieurs pays d'Afrique dont la Tanzanie, l'Éthiopie, le Sénégal et le Mali.

Le montant global consacré au Sénégal est d'environ 500 millions de dollars et le choix de ce pays coïncide avec le programme de développement PES (Plan Sénégal Émergent). Les projets de CEVITAL au Sénégal sont multiples, entre autres, l'extraction des phosphates, des mines, l'énergie, le raffinage des oléagineux et les services.

Pour les autres pays, beaucoup d'investissements dans le domaine agricole sont envisagés pour produire notamment la canne à sucre et de la betterave sucrière.

II.4.5. L'intérêt stratégique de l'implantation en Afrique

Les gros investissements engagés par CEVITAL dans de nombreux pays africains relèvent d'une réflexion stratégique profonde. A travers les installations de complexes pour la production du sucre au Soudan et en Côte d'Ivoire. CEVITAL cherche à renforcer sa position de leader voir ses capacités de production actuelles en Algérie.

La forte dépendance des fournisseurs européens et ceux de l'Amérique Latine, à terme représente un risque. Ce risque lié aux approvisionnements de matières premières, a poussé CEVITAL à investir en amont afin de sécuriser sa chaîne de production.

L'autre intérêt majeur pour CEVITAL est de produire avec des coûts moindres, avoir des matières premières sur place et engager des processus de transformations via des installations. Gagner des parts de marchés à l'international vers lesquels le groupe peut avoir des gains sur la distance et les délais de livraison. En bref, le groupe à travers sa stratégie d'implantation en Afrique, cherche à diversifier ses activités et maximiser ses exportations.

II.4.6. Le financement des projets de CEVITAL à l'étranger

CEVITAL étant un groupe de renommée internationale, le financement de ses acquisitions et de ses installations à l'étranger ne doit pas lui poser de problème. Selon les

responsables du groupe, c'est les fonds d'investissements qui demandent à accompagner financièrement le groupe¹³ dans ses différents projets à l'étranger.

Pour tous ses projets à l'étranger, CEVITAL International s'est endetté auprès des institutions financières internationales, européennes ou celles des BRIC'S. En Côte d'Ivoire par exemple, le Brésil a proposé d'accompagner financièrement la totalité des investissements. Les représentants d'un fonds d'investissement chinois en visite au complexe agroalimentaire de Bejaia en aout 2015 ont évoqué des éventualités de financement de CEVITAL à l'étranger. Une autre option de financement, c'est que les autorités monétaires algériennes autorisent la sortie d'un certains montant en devises pour des entreprises qui ont des programmes d'investissement à l'étranger.

Le remboursement de tous ces crédits consentis par CEVITAL dépend de la rentabilité de ses projets à l'étranger.

Section III : Les exportations de CEVITAL

Lors de la conférence nationale sur le commerce extérieur, tenue la fin mars 2015, le président du groupe CEVITAL a déclaré que l'Algérie *«a tous les moyens de diversifier son économie et de développer ses exportations hors hydrocarbures»*¹⁴. Selon toujours le même responsable que *« si les opérateurs agissent de sorte à améliorer la qualité des produits manufacturés, et pratiquent des prix compétitifs, l'Algérie deviendra un pays exportateurs de milliers de produits »*.

Dans sa stratégie, CEVITAL croit profondément à ce principe, c'est ainsi que ce groupe a pu faire passer l'Algérie du stade d'importateur à celui d'exportateur dans de nombreux produits tels que le sucre, les huiles végétales et le verre plat. Actuellement, environ 70% de la production globale de CEVITAL est orientée vers l'exportation.

III.1. Les filiales exportatrices de CEVITAL

CEVITAL compte actuellement 20 filiales qui opèrent dans plusieurs domaines d'activités économiques dont la distribution, le transport, le bâtiment et l'industrie. Parmi ces 20 filiales, 04 exportent une bonne partie de leur production et d'une manière régulière à partir de l'Algérie (sans prendre en compte les ventes des filiales localisées en Europe).

¹³ ISSEKOUNENE. M. Chargé de CEVITAL International, le quotidien de liberté, aout 2015.

¹⁴ Le quotidien de liberté du 31/03/2015

III.1.1. CEVITAL Agro-industrie

CEVITAL Agro-industrie est le leader du secteur agroalimentaire en Algérie. Cette filiale représente 60% du chiffre d'affaires du groupe CEVITAL contribue largement au développement de l'industrie agroalimentaire nationale. Avec un immense complexe installé à Bejaia comportant la première raffinerie du sucre dans le monde. Cette filiale produit du sucre, l'huile végétale, la margarine et autre produits alimentaire. Une grande partie de sa production est exportée dans plusieurs pays européens, africains et le Maghreb.

La raffinerie de sucre a une capacité de production de plus de 2 millions de tonnes par an. CEVITAL Agro-industrie, exporte environ 500000 tonnes par an vers 28 pays différents. Faut de saturation du quai portuaire, la filiale ne peut pas exporter au-delà de cette quantité. CEVITAL prévoit le même développement pour le secteur des huiles, en recherche d'une intégration verticale, le groupe projette un projet d'investissement pour la trituration de graines oléagineuses. Le projet en question dépasse largement la taille des usines européennes vieillissantes¹⁵ au moment où les européens sont obligés de fermer certaines de leurs usines trop coûteuses et hésitent de prendre des engagements pour le futur¹⁶.

III.1.2. Mediterranean Float Glass MFG

Mediterranean Float Glass (MFG), filiale du groupe CEVITAL crée en 2007, basée à Larbaâ (wilaya de Blida), spécialisée dans la production de verre plat. Avec une capacité de production de 700 tonnes par jour et des normes européennes, 70% de la production est exportée principalement vers l'Europe, le Maroc, la Tunisie et de nombreux pays africains. L'exportation vers l'Europe se fait via une filiale de commercialisation MFG Europe qui dispose de deux plateformes logistiques situées en Italie (Trinita) et en Espagne (Valence). Une flotte de 250 camions et une navette maritime hebdomadaire assurent la logistique entre l'unité de production algérienne et les plates-formes européennes. MFG Europe, assure la distribution dans plusieurs pays européens.

MFG, première entreprise d'exportation de verre en Afrique, a poussé l'Algérie du stade d'importation au stade d'exportation avec sa stratégie de développement et la variation de ses produits.

¹⁵ URBAN. Sabine. « Management international, des pratiques en mutation». Op cit. P.61

¹⁶ Idem.

MFG est considérée actuellement l'une des plus grandes entreprises de production de verre au monde¹⁷, car elle produit sur le même site plusieurs types de verres. En plus de verre plat, MFG produit également le verre semi industriel, le verre feuilleté à couche.

III.1.3. SAMHA et Fagor Brandt

SAMHA a été créée en 2007 pour la distribution exclusive des produits Samsung en Algérie. En 2010, ce partenariat s'est débouché sur l'ouverture d'une usine d'appareils d'électroménagers à Sétif. Une partie de la production de cette usine a été destinée à l'exportation.

Depuis juillet 2014, Samsung a mis un terme à son partenariat avec CEVITAL. Pour relancer la production et l'exportation d'appareils électroménagers, le groupe compte sur Fagor Brandt, l'entreprise française acquise en 2014 et qui dispose d'un savoir-faire distingué et un réseau de distribution mondial.

Selon les responsables du groupe, CEVITAL veut faire de Fagor Brandt «*un acteur régional majeur en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique du Nord*»¹⁸. Avec cette nouvelle filiale, CEVITAL envisage un chiffre d'affaire de 1.2 milliard d'euros pour la fin 2015¹⁹.

Avec la construction d'une nouvelle usine à Sétif, CEVITAL veut changer les règles de l'électroménager et d'en déplacer le barycentre de l'Asie vers le Maghreb et l'Europe²⁰.

III.2. L'évolution des exportations de CEVITAL

CEVITAL exporte une variété de produit et elle a la tendance de varier davantage ses exportations. Dans le secteur agroalimentaire, le groupe exporte du sucre, l'huile végétale, la margarine et l'eau minérale. Le verre plat est exporté également en grande quantité et sous différentes formes.

Le tableau ci-dessous montre l'évolution des exportations de CEVITAL pour la période 2005/2013.

¹⁷ Selon le PDG de CEVITAL. www.tsa.dz consulté juillet 2015.

¹⁸ REBRAB. Malik. Déclaration sur lefigaro.fr de 12/06/2014, consulté août 2015.

¹⁹ Idem.

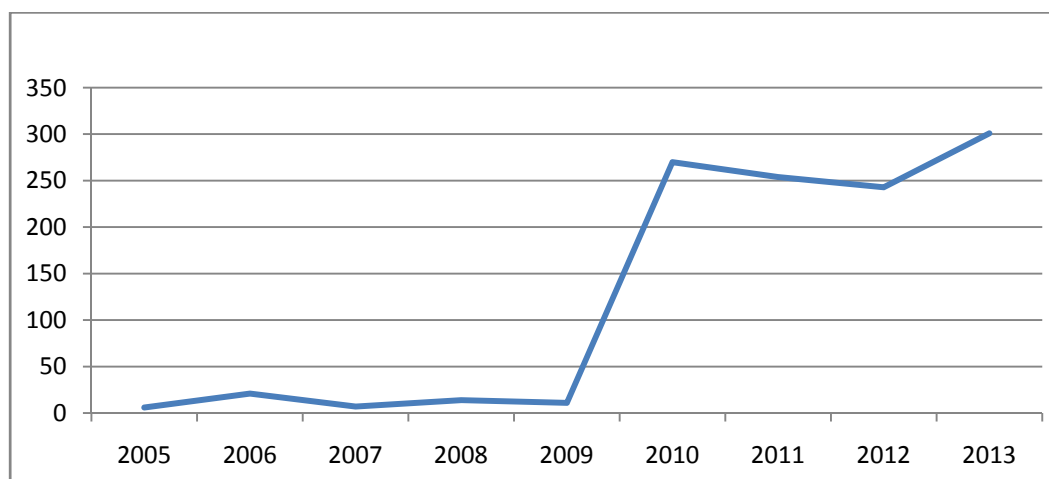
²⁰ Idem.

Tableau n° 47: Evolution des exportations de CEVITAL 2005/2013 (en millions de dollars).

Filiale	Produit	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Agro-industrie	Sucre, l'huile	6	21	7	14	11	243	227	222	278
MFG	Verre	/	/	/	/	/	27	27	21	23
total		6	21	7	14	11	270	254	243	301

Source : Tableau conçu à partir des données d'ALGEX, (avril 2015).

Graphique n° 39 : Evolution des exportations de CEVITAL entre 2005 et 2013.



Source : conception personnelle à partir des données du tableau n° 47.

A travers le graphe n° 39 ci-dessus, on constate que les exportations de CEVITAL ont connue deux principales étapes. La première étape est celle allant de 2005 à 2009. Faibles exportations avec une moyenne annuelle de 11.8 millions de dollars et un plafond de 21 millions de dollars en 2006. La deuxième étape est celle de 2010/ 2013, pendant cette période de 4ans, les exportations de CEVITAL ont connu une augmentation très remarquable. Passant de 11 millions de dollars en 2009 à 270 million de dollars en 2010 est un résultat extraordinaire. La moyenne des exportations de cette période est de 267 millions de dollars par an.

Depuis 2005 jusqu'à 2013, CEVITAL a fait preuve de beaucoup d'efforts pour doper ses exportations et le groupe a pu les multiplier par 50 vers 2013 avec une moyenne d'exportation annuelle de 125.22 millions de dollars pour cette même période.

III.3. Les marchés ciblés par CEVITAL

CEVITAL cherche de plus en plus à gagner plus de marchés. Actuellement, le groupe est présent dans plus d'une trentaine de pays et sur quatre continents.

III.3.1. Le marché européen

La stratégie d'exportation de CEVITAL, ne vise pas seulement à diversifier les produits destinés aux marchés extérieurs, mais aussi à atteindre le maximum de marchés avec le souci d'augmenter ses parts et de sauvegarder d'autres face à la concurrence. Pour cela, CEVITAL est présent sur marchés les plus féroces en matière de concurrence et barrières non tarifaires imposées, à savoir le marché européen. En Europe, le groupe exporte en France, Espagne, Italie, Allemagne et d'autres pays de l'Europe orientale. Avec l'acquisition des entreprises européennes comme Oxxo, Fagor Brandt et Lucchini, des produits qui répondent aux normes européenne, des marques internationalement connues et des réseaux de distribution appropriés, le groupe maximise ses chances d'accroître ses parts de marché pas seulement en Europe, mais à travers d'autres territoires dans le monde.

III.3.2. Le marché maghrébin

Le Maghreb est aussi un marché exploité par le groupe. La proximité culturelle et la distance physique représentent un atout pour CEVITAL.

Pour stimuler ses ventes au Maroc, CEVITAL a procédé, en 2013, à l'extension de sa plateforme à Tanger de 11 fois plus par rapport à sa superficie initiale. Cette stratégie permet au groupe d'augmenter ses exportations notamment du verre vers le marché marocain qui exprime une forte demande et des potentialités énormes. Même scénario pour les exportations de CEVITAL vers la Tunisie où le groupe détient environ 95% du marché de verre.

III.3.3. Le marché africain

Le marché africain est fortement investi par CEVITAL. Pratiquement, toute la gamme de la filiale agroindustrielle ainsi que le verre plat qui sont exportés vers cette zone. La stratégie actuelle de CEVITAL consiste à renforcer sa position sur le marché africain avec des implantations sur place. Une telle option, permet de produire à moindre coût et d'assurer les approvisionnements en matière première et en main d'œuvre à bon prix.

L'arrivée de CEVITAL dans ses pays lui permet de gagner des parts de marchés dans les pays voisins, tirer les avantages des accords signés entre ces pays et réduire la distance, par conséquent, les délais de livraison et les charges liées au transport. C'est à partir même de la Côte d'Ivoire que CEVITAL compte doper ses échanges avec le Brésil.

III.4. La logistique au sein CEVITAL et ses atouts à l'exportation

CEVITAL se dispose de beaucoup d'atouts à l'exportation. Un quai portuaire à Bejaia avec une capacité de chargement de 2000 tonnes / heure. On peut également évoquer le facteur géographique tels que la proximité de l'Europe et le marché magrébin dont le groupe écoule une grande partie de ses marchandises.

CEVITAL est doté de structure commerciale au niveau de chaque filiale exportatrice, qui travaille en coordination avec la direction générale du groupe pour la réalisation des objectifs escomptés. Ces structures sont chargées d'étude des marchés étrangers et l'élaboration des stratégies à l'exportation. La maîtrise des procédures de l'exportation au niveau du groupe est primordiale, voir sa longue expérience dans le domaine ainsi que les capacités managériales dont il dispose. Les autres atouts de CEVITAL à l'exportation on peut les présenter ainsi

III.4.1. La diversification de la production

CEVITAL diversifie de plus en plus sa production en vue d'enrichir ses exportations. Le portefeuille actuel est composé de produits alimentaires notamment le sucre, l'huile et la margarine, mais aussi différents types de verre destiné au bâtiment et l'industrie. Pour le futur proche, CEVITAL compte exporter de ciment et une grande variété de produits électroménagers avec la rentrée en vigueur de la filiale Fagor Brandt. Avec cette nouvelle filiale, le groupe veut devenir un leader régional de l'électroménager. Pour les deux années à venir (jusqu'à 2017), l'objectif est d'exporter 10 millions d'unités pour une valeur estimée à 1.5 milliards de dollars par an.

III.4.2. Nolis

L'atout principal de CEVITAL repose essentiellement sur sa filiale de transport maritime Nolis. Créée en 2000, elle assure le transport des marchandises exportées et même importées. En plus qu'elle est propriétaire de trois navires, Nolis est chargé aussi de frètement.

Cette filiale est présente en ligne dans les principaux ports de commerce de la méditerranée occidentale avec activités principales suivantes :

- Transport maritime de cargaisons homogènes solides et liquides.
- Transport maritime en ligne régulière des cargaisons en conventionnel, conteneurs et roulant.

III.4.3. Les plateformes logistiques à l'étranger

Autres facteurs qui font le succès de CEVITAL à l'exportation sont ses plateformes de distribution en dehors de l'Algérie. Pour être proche de ses clients et approvisionner les marchés locaux dans les délais, CEVITAL s'est doté de deux plateformes logistiques aux standards européens, d'une surface de 25 000 m² chacune, à Valence en Espagne, et à Savona, en Italie, d'où il exporte le plus gros de sa production, notamment le verre plat en Europe. Une autre plateforme à Tanger, au Maroc pour approvisionner le marché local et certains pays de l'Afrique de l'Ouest.

III.5. Les exportations de CEVITAL par rapport aux autres exportateurs nationaux

Pour pouvoir faire cette comparaison, on a procédé à la conception du tableau n° 48 ci-dessous qui synthétise les exportations hors hydrocarbures pour la période 2005/2013 selon les données de l'ALGEX.

Tableau n° 48: Evolution des exportations hors hydrocarbures par groupes d'entreprises

Années	2005	2006	2007	2008	2009	23010	2011	2012	2013
CEVITAL	6	21	7	14	11	270	254	243	301
FERTIAL	65	161	181	290	131	260	379	430	294
SOMIPHOS	21	38	57	135	68	68	128	153	97
ALZINC	40	83	69	56	37	66	40	16	11
Total des exportations minières	126	282	307	481	236	394	587	599	402
autres entreprises publiques et mixtes	793.87	771.26	650.03	1007.6	524.42	534.78	558.4	454.59	520
Total des exportations entreprises privées	12.13	22.74	23.03	29.4	5.58	39.22	44.6	65.41	95

Source : conçu à partir des données de l'ALGEX.

Remarque 1: les exportations minières comportent les exportations des trois entreprises publiques (FERTIAL, SOMIPHOS et ALZINC), les produits exportés sont l'Ammoniac, l'engrais, le zinc et alliages en zinc et le phosphate.

Remarque 2: les autres entreprises publiques et mixtes concernent les EPE, et les partenariats d'entreprises étrangères avec les entreprises publiques et privées algériennes.

III.5.1 Les exportations de CEVITAL par rapport au total des exportations minières

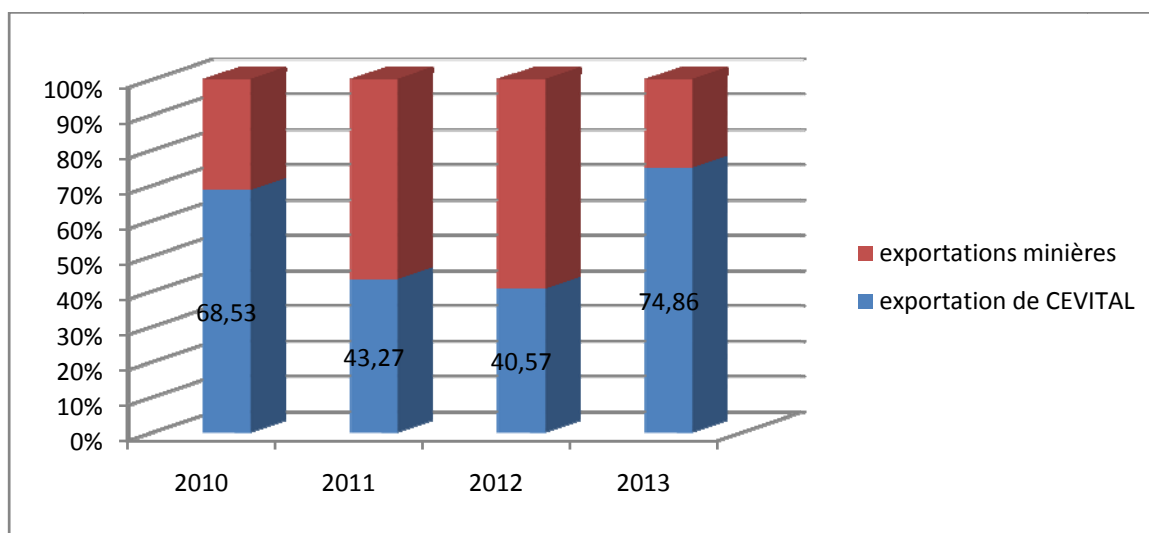
Pour mieux faire cette comparaison, nous avons conçu le tableau n° 49 ci-dessous qui représente les exportations de CEVITAL en pourcentages par rapport au total des exportations des entreprises publiques activant dans le domaine des mines pour la période 2010/2013. Dans notre étude, ces entreprises sont au nombre de trois (FERTIAL, SOMIPHOS et ALZINC), les produits exportés sont l'Ammoniac, l'engrais, le zinc et alliages en zinc et le phosphate. La comparaison avec cette catégorie de produit est faite par rapport à leur valeur commerciale puisqu'ils sont classés en deuxième position après les hydrocarbures.

Tableau n° 49 : La part en pourcentage des exportations de CEVITAL par rapport au total des exportations minières.

années	2010	2011	2012	2013
Exportations minières	68,53%	43,27%	40,57%	74,86%

Source : conception personnelle à partir des données de l'ALGEX.

Graphique n° 40 : La part en pourcentage des exportations de CEVITAL par rapport au total des exportations minières.



Source : conception personnelle à partir des données du tableau n° 49.

A travers le graphe ci-dessus, on remarque l'importance des exportations de CEVITAL par rapport aux exportations des trois entreprises minières citées précédemment. Pendant cette période de 04 ans, la moyenne annuelle des exportations de CEVITAL par rapport aux exportations minières est de 56.81%.

III.5.2. Les exportations de CEVITAL par rapport au total des exportations d'autres entreprises publiques et mixtes

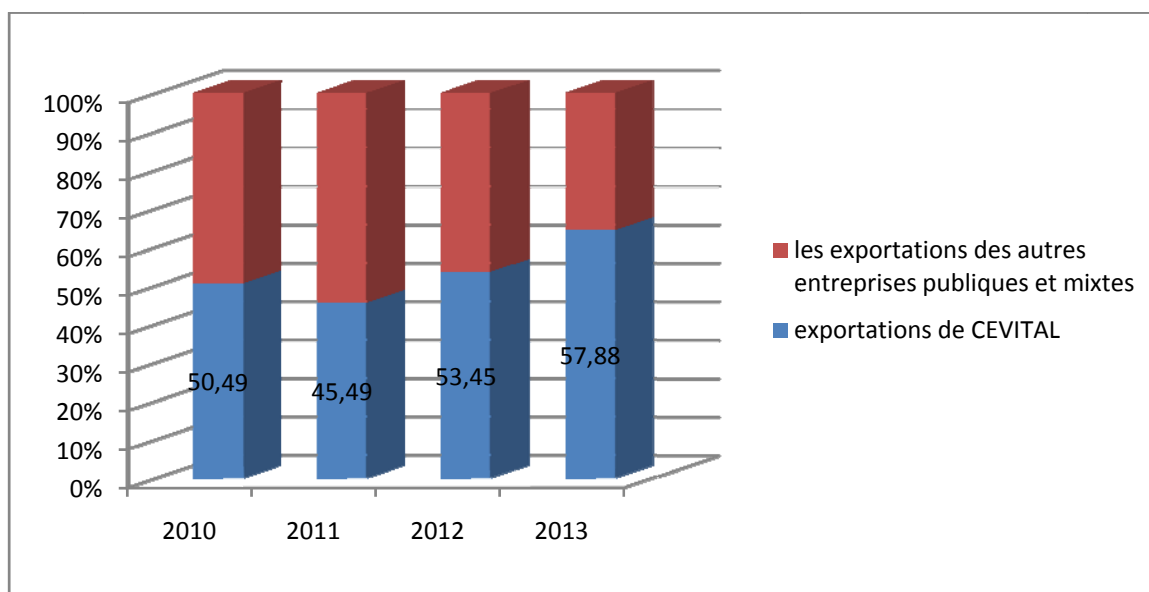
Tableau n° 50 : La part en pourcentage des exportations de CEVITAL par rapport au total des exportations d'autres entreprises publiques et mixtes.

Années	2010	2011	2012	2013
Autres entreprises mixtes	50.49%	45.49%	53.45%	57.88%

Source : conception personnelle à partir des données de l'ALGEX.

Même constat pour cette deuxième comparaison, les exportations de CEVITAL sont aussi importantes par rapport au total des exportations des autres entreprises publiques et mixtes. En 2013, CEVITAL, à lui seul, a exporté 3/4 du total des exportations du groupe d'entreprises en question.

Graphique n° 41 : La part en pourcentage des exportations de CEVITAL par rapport au total des autres entreprises publiques et mixtes.



Source : conception personnelle à partir des données du tableau n° 50.

Les exportations de CEVITAL représentent une moyenne annuelle de 51.83% par rapport au total des exportations des autres entreprises publiques et mixtes pendant une période de 04 ans.

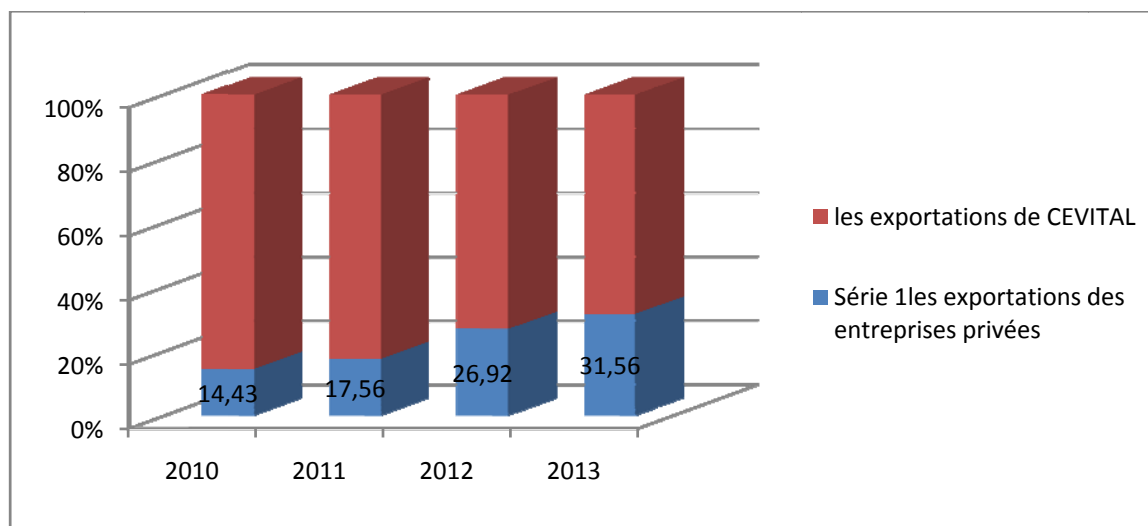
III.5.3. Les exportations des entreprises privées par rapport aux exportations de CEVITAL

Tableau n° 51 : La part en pourcentage des exportations des entreprises privées par rapport aux exportations de CEVITAL.

Années	2010	2011	2012	2013
Entreprises privées	14.53%	17.56%	26.92%	31.56%

Source : conception personnelle à partir des données de l'ALGEX.

Graphique n° 42 : La part en pourcentage des exportations des entreprises privées par rapport aux exportations de CEVITAL.



Source : conçu à partir des données de tableau n° 51.

L'histogramme ci-dessus montre l'importance des exportations de CEVITAL pour la période 2010/2013 par rapport au total des exportations des autres entreprises privées. En 2010, CEVITAL exportait 07 fois plus que ce groupe entreprises. En 2013, les exportations des entreprises privées représentaient un tiers des exportations de CEVITAL. Ce ratio, montre d'une part, le poids de CEVITAL au sein du secteur privé national exportateur, d'une autre part, le poids de CEVITAL dans la diversification et l'enrichissement des exportations hors hydrocarbures.

III.6. Les blocages

Selon les responsables de CEVITAL, le groupe est victime de blocages de différentes natures. Cette multitude d'obstacles ne bloque pas seulement les processus d'investissements et de production, mais également celui des exportations. Ces blocages sont à l'origine d'une grande polémique et un bras de fer lancé entre le PDG de CEVITAL et le ministre de l'industrie à la fin du mois de septembre 2015.

III.6.1. Les blocages d'acquisitions en Algérie

Nous avons vu, à travers la présentation du groupe dans la première section, que le groupe investit annuellement 49% de son chiffre d'affaire. Ce taux montre les capacités et la volonté de CEVITAL à s'engager dans un processus de développement et de diversification de ses activités. Néanmoins, le processus en question a fait l'objet d'un blocage de la part des pouvoirs publics et qui est souvent dénoncé par les responsables du groupe.

III.6.1.1. Le rachat de Michelin Algérie

Le rachat de 67% du capital de cette entreprise a été l'objet d'un blocage dont le motif principal demeure un terrain de 15 hectares. L'Etat s'est opposé à ce rachat par le droit de préemption, juste pour ne pas permettre à CEVITAL de se lancer dans un autre domaine lui permettant de couvrir une grande demande du besoin national et d'exporter une grande part de la production.

L'importance de développer ce projet, selon les responsables du groupe est constatée en décembre 2014 par la volonté de SONATRACH de se lancer dans le domaine de la pneumatique, via un projet dont l'installation est envisagée dans la wilaya de Bouira²¹.

III.6.1.2. Le rachat d'Arcelo Metal D'El Hedjar en 2012

Durant l'année 2012, des négociations ont été entamées et ont atteint un niveau avancée entre CEVITAL et les responsables du géant mondial Arcel Métal pour l'acquisition de 70% du capital du complexe El Hedjar²².

L'acquisition n'a pas eu lieu suite au changement du gouvernement à l'époque, un nouveau gouvernement qui a opté pour le blocage de la transaction.

²¹ Le quotidien El Watan du 29/09/2015

²² <https://blogs.mediapart.fr/lyas-hallas/blog/160914/le-gouvernement-algerien-sabote-issad-rebrab-et-offre-un-cadeau-lakshemi-mittal>

Le complexe en question est renationalisé dernièrement à hauteur de 51% par l'Etat via l'entreprise publique Sider²³.

III.6.1.3. La transaction de 15% des actions de NCA Rouiba en bourse

A l'origine, ce rachat devait avoir lieu par la transaction en bourse des 15% du capital du fond d'investissement Afric Invest.

La transaction n'a pas eu lieu sous prétexte que l'Etat a appliqué le droit de préemption. Mais cette pratique au niveau de la bourse n'est pas justifiée, et pour les responsables de CEVITAL, ce n'est qu'un énième blocage politique qui vise à freiner le groupe dans sa politique de développement.

III.6.2. Les blocages de projets d'investissements

Plusieurs projets d'investissements ont été objet de blocage administratif pour certains, la durée dépasse déjà 10 ans. On ne cite que quelques exemples les plus importants.

III.6.2.1. Une usine pour la trituration de graines oléagineuses

La construction d'une usine de trituration de graines oléagineuses, la matière première qui rentre dans la fabrication de l'huile de table. La production de ce projet n'envisage pas seulement de réduire la facture des importations mais à dégager un surplus à l'exportation. Ce projet est bloqué jusqu'à présent et depuis plus de 10 ans et dernièrement, un permis de construction d'une usine dans ce domaine a été accordé à un autre investisseur dont le nom et le lieu d'implantation ne sont pas dévoilés²⁴.

III.6.2.2. Le port du Cap Djinet

Ce projet a été annoncé par CEVITAL en 2008, dont le coût de réalisation s'élevait à 30 milliards de dollars avec une moyenne de 05 milliards de dollars par an et une création de 2 million d'emplois. Ce projet est accompagné par l'installation d'un mégaprojet dans le domaine de la métallurgie, l'aluminium, le plastique, complexe pétrochimique et une centrale d'électricité pour une capacité de 320000 MW.

²³ http://www.econostrum.info/ArcelorMittal-cede-la-majorite-du-complexe-siderurgique-d-El-Hadjar-a-l-Etat-algerien_a16130.html

²⁴ El Watan du 29/10/2015.

Le projet comporte également un chantier pour la construction navale, fabrication de containers et une usine pour l'automobile avec une capacité de 350000 unités par an.

Le projet envisage la création de plus d'un millier de PME/PMI de transformation, sous-traitance et de service. Aucune réponse n'a été accordée à ce projet depuis plus de 07 ans.

III.6.2.3. Le complexe de Bellara

Ce projet dans la wilaya de Jijel est prévu pour une enveloppe de 2,5 milliards de dollars. Une fois de plus, CEVITAL a été privée de cet investissement qui est en cours de réalisation en partenariat entre le groupe public Sider et le groupe qatari Qatar Steel. Le projet a connu d'énormes retards dans la réalisation, et les travaux n'ont débuté que vers le mois de novembre 2015.

III.6.3. Le blocage des exportations

D'autres obstacles bureaucratiques, visent directement le blocage des exportations de CEVITAL. Selon une déclaration PDG du groupe datée le 15 juin 2015, CEVITAL n'arrive pas à exporter 600000 machines à laver bloquées depuis novembre 2014.

III.7. Les perspectives de CEVITAL

Lors de la conférence nationale sur le commerce extérieur, tenue à Alger la fin mars 2015, le président de groupe CEVITAL a déclaré que l'Algérie « *a tous les moyens de diversifier son économie et de développer ses exportations hors hydrocarbures* ». C'est dans cette logique que le groupe s'inscrit avec de nombreuses perspectives et d'énormes potentialités. En plus de l'objectif d'augmenter ses exportations à partir de l'Algérie, notamment celle de l'agroalimentaire et le verre, le groupe veut devenir un géant régional dans le domaine de l'électroménager.

Avec le rachat de Brandt, le groupe compte exporter pour les 2 années à venir, 10 millions d'articles électroménagers pour une valeur de 1,5 milliards d'euros.

En attendant des autorisations pour la concrétisation de ses investissements, tous les projets de CEVITAL, qui relèvent des domaines de la pétrochimie, sidérurgie, cimenterie, l'agriculture, sont compatibles avec la déclaration du président du groupe à savoir, la diversification de l'économie nationale et le développement des exportations hors

Chapitre V: Le groupe CEVITAL et sa contribution aux exportations hors hydrocarbures

hydrocarbures. Les acquisitions d'entreprises européennes et les implantations en Afrique et en Amérique Latine, renforceront les capacités exportatrices de CEVITAL, et confirment sa tendance progressive d'une année à une autre.

Conclusion

En conclusion à ce chapitre, nous constatons que CEVITAL, via sa stratégie de développement, confirme sa position de leader à l'échelle nationale et sa bonne position dans le classement des entreprises africaines, et même sa notoriété internationale.

En effet, CEVITAL a su déployer sa stratégie de diversification en intégrant plusieurs domaines d'activités stratégiques, en attendant d'intégrer encore d'autres lui permettant d'enrichir d'avantage ses activités.

A l'international, la stratégie de CEVITAL est pertinente. Passant de l'acquisition d'entreprises européennes, aux implantations dans plusieurs pays africains et en Amérique Latine, le Groupe a acquis aujourd'hui une crédibilité et une notoriété internationale qui a lui permis de tisser de bonnes relations avec d'autres opérateurs étrangers, notamment des institutions financières qui l'accompagnent dans ses investissements à l'étranger.

Le vif de ce chapitre, est d'évaluer la place de CEVITAL au sein de l'économie nationale, principalement, en ce qui concerne les exportations hors hydrocarbure. Avec environ 13800 employés, plusieurs domaines d'activités stratégiques assurées par les 20 filiales, le groupe est considéré parmi les premiers en matière de création d'emploi, répartition des salaires, contributions au Trésor.

En matière d'exportations, CEVITAL est le deuxième exportateur après SONATRACH. Les exportations de CEVITAL dépassent largement la totalité des exportations de toutes les autres entreprises privées et restent très importantes par rapport à la somme des exportations des entreprises minières et celles d'autres entreprises publiques et mixtes.

L'acquisition d'entreprises européennes de différents domaines, les implantations en Afrique et en Amérique Latine, permettra à CEVITAL de diversifier d'avantage ses exportations. Avec des réseaux de distribution, facilités de pénétration d'autres marchés, des gains sur les délais et les charges d'exportations, CEVITAL peut croire ses exportations ayant déjà un taux de croissance important ces dernières années.

Conclusion générale

Conclusion générale

Dans cette recherche, nous avons voulu étudier «**la contribution du secteur privé à la diversification des exportations hors hydrocarbures, illustration par le cas de CEVITAL**».

Dans la partie théorique, nous avons commencé par présenter, dans le premier chapitre, un certain nombre de théories ayant traité et expliqué le commerce international ainsi que les différentes institutions et facteurs ayant joué un rôle important dans le développement des échanges internationaux, notamment depuis la fin de la seconde guerre mondiale jusqu'à nos jours.

Dans l'étude du commerce extérieur de l'Algérie, nous avons constaté que les exportations sont traversées par deux tendances fortes constituant un risque permanent pour l'économie nationale. Il s'agit d'une part de la forte dominance des exportations des hydrocarbures (pétrole et gaz) et d'autre part, de la faiblesse des exportations des produits hors hydrocarbures. Cette situation a un impact direct sur les importations - lesquelles ont connu une évolution spectaculaire durant ces dernières années - dans la mesure où leur niveau est fortement tributaire des recettes pétrolières...

Un autre risque provoqué par cette structure des exportations est celui de la vulnérabilité de l'économie nationale du fait sa dépendance directe de la fluctuation des prix du pétrole sur le marché mondial. L'économie algérienne est largement exposée aux risques liés à la chute des prix des hydrocarbures. L'Algérie connaît depuis juin 2014 une situation de crise de plus en plus intense et qui risque de reproduire ce que le pays a vécu en 1986.

L'autre aspect négatif du commerce extérieur de l'Algérie est relatif au nombre d'opérateurs puisqu'il existe un grand décalage entre le nombre d'entreprises importatrices qui est d'environ 40000 et celui des entreprises exportatrices dont seulement une cinquantaine exportent d'une manière régulière. Le nombre d'exportateurs algérien demeure très faible et ne répond pas aux potentialités économiques de notre pays et aussi à ses besoins ...

L'ouverture de l'économie nationale et le passage graduel à l'économie de marché n'a pas atteint jusqu'à présent les résultats escomptés et notamment ceux d'améliorer l'attractivité de l'Algérie vis-à-vis des IDE et de permettre une meilleure insertion de l'économie nationale dans l'économie mondiale.

Conclusion générale

Ainsi, la grande majorité des IDE est orientée vers le domaine pétrolier, secteur dont la rentabilité est satisfaisante et à court terme. En dehors du pétrole, les IDE n'ont engendré ni transfert de savoir faire, ni transfert technologique.

L'ouverture économique a été particulièrement violente pour l'entreprise algérienne, publique ou privée, qui n'a pas pu faire face à une concurrence internationale féroce. Des difficultés énormes ont étouffé l'entreprise algérienne qui souffrait de déficit managérial, stratégique, technologique...etc. Malgré les multiples subventions accordées aux entreprises publiques, les programmes de mise à niveau ou encore l'effacement des dettes publiques, peu d'entreprises ont résisté à ce nouvel environnement économique et l'économie nationale s'est retrouvée face à une désindustrialisation progressive mais durable.

La libéralisation de l'économie nationale a cependant permis l'émergence et la croissance du secteur privé. Des milliers d'entreprises ont été créées dans plusieurs domaines d'activités. Cette émergence a été soutenue par les nouveaux codes d'investissement et les différents décrets garantissant la propriété privée ainsi que les différentes institutions mises en œuvre par le gouvernement dont la mission est la création et la promotion des PME/PMI.

Caractérisé par son jeune âge, le secteur privé, à l'exception de quelques grandes entreprises (groupes) est dominé par des entreprises de petite taille dont une partie importante active dans le domaine des services. Ce nouveau tissu est toutefois loin de répondre aux attentes de l'économie nationale qui demeure encore peu diversifiée et hautement liée au secteur énergétique.

La contribution des entreprises privées à la diversification des exportations hors hydrocarbures demeure par conséquent encore faible. Leur nombre est minime et leur part de marché à l'international est insignifiante. Ces entreprises exportent un nombre limité de produits à très faible valeur ajoutée. La plupart s'est concentrée sur des produits alimentaires (pâtes, boissons, sucre...etc.). Dans le domaine agricole, la majorité des entreprises exporte le même produit, à savoir les dattes. Les déchets ferreux et non ferreux ainsi que les déchets de papier et carton sont également des produits largement exportés par plusieurs entreprises. L'exportation de ces différents déchets représenterait néanmoins une perte pour l'économie nationale dans la mesure où ils auraient pu trouver leur place dans de nouveaux processus de production liés au recyclage.

Conclusion générale

Vis-à-vis des questionnements posés au début de notre travail, l'analyse de la réalité du secteur privé national, nous confronte à une amère réalité.

La composante actuelle des PME privées n'a pratiquement aucune offre à proposer sur le marché international. 49,2% des entreprises relevant du secteur des services sont entièrement absentes sur la scène internationale. Beaucoup de services font toujours l'objet de monopoles de l'Etat. Ainsi, interdiction est faite au secteur privé de s'engager dans le transport international aérien ou maritime ou de créer des banques privées. Le constat est le même pour les 33,26% des PME privées qui relèvent du domaine de bâtiment et qui sont totalement absentes des grands chantiers internationaux, y compris les groupes de grande taille activant sur le marché local.

La part des PME privées dans l'industrie manufacturière est de 16,03%. La faiblesse de cette catégorie est apparente dans son incapacité même à répondre à la demande nationale dans plusieurs domaines, et souvent, sa production est caractérisée par des déficiences au niveau du rapport qualité/prix. Cette incapacité est alors couverte par le recours aux importations.

La faiblesse des exportations hors hydrocarbures pour les entreprises privées est également expliquée par une série d'obstacles freinant cette activité. En effet, les entreprises qui exportent connaissent d'énormes difficultés logistiques, une contrainte qui alourdit la charge de l'opération et affecte en même temps la compétitivité de l'entreprise. Malgré la mise en place par l'Etat d'institutions chargées du développement et de la promotion des exportations hors hydrocarbures, le rôle de ces dernières est jugé très insuffisant par les entreprises privées enquêtées. Ce jugement peut être généralisé tant que le secteur privé souffre de bureaucratie. Ainsi, une simple opération d'exportation peut coûter 11 journées en termes de temps, une donnée qui n'encourage pas à titre d'exemple l'exportation des produits frais qui risquent de se périmer avant même leur chargement au port.

De ce fait, le secteur privé national est loin d'assurer un rôle économique efficace. A voir ses caractéristiques et les conditions dans lesquelles il opère. Il est dans l'impossibilité, au moins à l'heure actuelle, de contribuer à la diversification de l'économie nationale et d'enrichir les exportations hors hydrocarbures.

Le sort du secteur privé et le développement de ses exportations ainsi que son déploiement à l'international est otage de la décision politique. L'enquête réalisée auprès d'un échantillon d'entreprises montre à quel point ces dernières sont dans l'attente d'une réelle volonté

Conclusion générale

politique de l'Etat de libérer l'entrepreneuriat privé afin qu'il puisse assumer pleinement son rôle économique et contribuer au développement du pays.

Contrairement aux autres entreprises privées, le groupe CEVITAL demeure un exportateur par excellence en se classant premier exportateur privé national et deuxième exportateur du pays après Sonatrach avec une présence dans 32 pays à travers le monde.

Le succès de ce groupe actuellement en pleine expansion et croissance est le résultat de ses stratégies de développement, de diversification et d'internationalisation. Présent dans plusieurs domaines d'activités à savoir les services, l'agriculture, le bâtiment et l'industrie, tous ses efforts stratégiques sont concentrés sur la diversification de la production et l'orientation d'une grande partie à l'exportation.

De ce fait, CEVITAL exporte des produits agroalimentaires, agricoles, du verre plat, des produits électroménagers...etc. Sa politique d'exportation consiste à intégrer de plus en plus de produits pour enrichir son portefeuille sur le marché international.

Les acquisitions de CEVITAL à l'étranger, notamment en Europe, renforcent ses positions et sa notoriété à travers le monde. Ces acquisitions avec tout ce qu'elles comportent en matière de recherche et développement, technologie, savoir faire et réseaux de distribution, permettront à CEVITAL d'acquérir de nouvelles parts de marchés notamment dans l'agroalimentaire, l'électroménager et la métallurgie tout en renforçant sa position et sa compétitivité même sur les marchés les plus concurrentiels tel que le marché européen.

La stratégie de CEVITAL à l'international ne se limite pas à des acquisitions dans de divers domaines d'activités. Le groupe s'est en effet lancé dans plusieurs projets d'investissements à travers de nombreux pays en Afrique et même au Brésil notamment dans les secteurs agricole, agroalimentaire et la sidérurgie. Ces projets d'investissements ont la même finalité que les acquisitions. Le groupe cherche à sécuriser et à renforcer ses chaînes de production en intégrant des investissements en aval, à gagner des économies d'échelles et à renforcer ses avantages concurrentiels sur le marché international.

Actuellement, CEVITAL est le conglomérat le plus important en Algérie de par son poids économique, son effectif, sa diversification et son développement à l'international. C'est la première multinationale algérienne et il est un acteur économique connu et reconnu à l'international. Avec son actif, CEVITAL montre le chemin de la diversification et de l'exportation et peut être considéré un modèle à suivre par d'autres entreprises privées et publiques.

Conclusion générale

A l'instar de l'ensemble du secteur privé, CEVITAL n'échappe pas à la bureaucratie et aux contraintes qui freinent son processus de développement. L'accès au foncier industriel et le retard dans l'octroi d'autorisations pour concrétiser ses investissements lui causent d'énormes préjudices que ce soit pour la production sur le marché local ou pour l'exportation. Récemment, le groupe s'est même retrouvé dans le collimateur des pouvoirs publics en ce qui concerne le blocage de ses projets d'investissements. Plusieurs projets susceptibles non seulement de multiplier les créations d'emploi et de satisfaire la demande locale, mais aussi de faire passer l'Algérie du stade d'importateur à celui d'exportateur, sont bloqués depuis plus de 10 ans. De même, plusieurs acquisitions d'entreprises en Algérie par CEVITAL ont été remises en cause puisque pour des raisons bureaucratiques et aussi probablement politiques, le groupe n'a pas pu à titre d'exemple acquérir 70% du capital du complexe d'El Hadjar en 2012, ni 67% du capital de Michelin Algérie en 2013, l'Etat ayant à chaque fois exercé son droit de préemption. Les « blocages » dont fait l'objet CEVITAL ont atteint leur paroxysme en touchant même les importations d'équipements nécessaires au montage de ses chaînes de production. Le groupe souffre aussi de nombreux obstacles à l'exportation.

L'Algérie est secouée actuellement par une crise due à la chute des prix du pétrole et le ralentissement de l'économie mondiale. La balance commerciale du pays a ainsi enregistré, à la fin du mois de septembre de l'année 2015, un déficit de plus de 10 milliards de dollars. La situation économique n'est pas du tout favorable, avec la baisse des réserves de changes et l'épuisement progressif du fonds de régulation des recettes.

Dans un tel contexte, l'Etat doit orienter sa stratégie vers la mise en place en urgence de profondes réformes structurelles en vue de l'amélioration du climat des affaires et la création des conditions favorables à l'activité économique de manière générale et à l'industrie en particulier.

L'Algérie est appelée aujourd'hui à passer à un autre paradigme de développement qui ne sera pas basé sur la rente, un paradigme où les forces de production seront les vecteurs réels d'un développement durable. L'économie basée sur la rente et le secteur public comme pilier de l'économie nationale ayant définitivement consacré leur échec...

Une transition s'impose de fait, à travers laquelle la politique gouvernementale devra accorder davantage d'intérêt au secteur privé, ce secteur pouvant jouer un rôle éminent dans la diversification de l'économie nationale tout en constituant une source de devise alternative à celle issue de la vente d'hydrocarbures...

Conclusion générale

Malgré la multitude d'obstacles et de blocages auxquels il est confronté, le groupe CEVITAL représente indéniablement un exemple et un modèle pour les entreprises privées en matière d'investissement, de diversification et d'exportation. Néanmoins, il ne nous paraît pas inutile de conclure ce travail par une question à priori essentielle à savoir : « *Combien de groupes à l'image de CEVITAL l'économie algérienne devrait-elle créer pour qu'une réduction significative de sa dépendance aux hydrocarbures puisse un jour être envisagée?* »

Bibliographie

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

- ARCANGELO, Figliuzzi. « Economie internationale » Edition Ellipes, 2006.
- BARBIER, Jean Pierre « Zones franches industrielles d'exportation », édition Economica, 1997.
- BENISSAD, M. « Economie du développement de l'Algérie », OPU, 1979.
- BOUZIDI, Abdelmadjid, « l'économie algérienne ; éclairage », édition ENAG, 2011.
- BOUJEMAA Rachid, « économie du développement de Algérie 1962-2010, des contraintes majeurs du développement et des tars de la logique rentière ». Volume 3, édition El Khaldounia, 2011.
- CHAIB, Beghdad. « Les perspectives du commerce international », édition Houma, Alger 2012.
- HADJ-NACER, Abederrahmane. « La martingale algérienne, réflexion sur une crise », édition Barzakh, Alger, 2012.
- HAFSI, Taib. « Issad REBRAB, voir grand, commencer petit et aller vite », éditions casbah, Alger 2012.
- GRIM, Nordine. « Entrepreneurs, pouvoir et société en Algérie », édition Casbah, 2012.
- GRIM, Nordine. « L'économie algérienne otage de la politique », éditions Casbah, Alger 2004.
- LAMIR, Abdelhak. « La décennie de la dernière chance – émergence ou déchéance de l'économie algérienne? », éditions Chihab, 2013.
- MEKIDECHE, Mustapha. « L'Algérie entre économie de rente et économie émergente » édition Dahlab, 2000.
- MELBOUCI BEHOUT, Leila. « Economie de l'entreprise algérienne », édition EL Amel, 2010.
- M'HAMSADJI, Nachida - BOUZIDI. « 5 essais sur l'ouverture de l'économie algérienne » édition ENAG, 1998.
- NURDIN George – DJARMOUN Soraya. « Les multinationales émergentes, comment elles changent la donne économique mondiale », édition l'Harmattan, 2015.

BIBLIOGRAPHIE

- NYAHOHO, Emmanuel – PROUX, Pierre Paul « le commerce international, théories, politiques et perspectives industrielles » Presses universitaires du Québec, 3^{ème} édition, 2006 ;
- RAINELLI, M. « La nouvelle théorie du commerce international », édition la Découverte, 2007.
- REBAH, Abedelatif. « Economie algérienne, le développement national contrarié », édition INAS, 2011.
- SADI, Nacereddine. «La privatisation des entreprises publique en Algérie», édition l'Harmattan, 2011.
- TEMAR. Hamid. « L'économie algérienne, les stratégies de développement », tom I. OPU 2015.
- URBAN.Sabine. « Management international, des pratiques en mutation », édition Pearson, 2011.

Rapports

- Rapports sur le commerce mondial, OMC (2012,2013, 2014, 2015).
- Commerce mondiale 2013, CEEPI, édition la découverte
- Fatiha TALAHITE « réformes et transformations économiques en Algérie » rapport en vue d'obtention du diplôme HDR, 2010

Revue et bulletin d'informations

- Bulletin d'information n^o 23, MPMEPMI, novembre 2013.
- Investissements et partenariats, série n^o 1, ministère de l'industrie, PME et promotion des investissements, août 2010
- Revue IPAG Economics& Management Letters. Novembre 2014. Article de DOMINIQUE. Bonet Fernandez et FREDERIC Teulon. «L'Algérie en quête d'un nouvel avenir (1ère partie)».
- Revue de géographie de Lyon, Georges Mutin. Le commerce extérieur de l'Algérie en 1964. Vol. 40 n^o4, 1965.
- Revue des sciences économique et de gestion n^o03, 2004. BOUHEZZA Mohamed ;« La privatisation de l'entreprise publique et le rôle de l'Etat dans ce processus »

Textes législatifs

- Journal officiel de la république algérienne du 02 août 1963
Loi n^o 63-277 du 26 juillet 1963 portant code des investissements.
- Ordonnance n^o66-284 du 15 septembre 1966 portant code des investissements.

BIBLIOGRAPHIE

- Journal officiel de la république algérienne du 24 août 1982
Loi n^o 82-11 du 21 août 1982 relative à l'investissement économique privé national.
- Journal officiel de la république algérienne du 27 août 1986
Loi n^o 86-13 du 19 août 1986 modifiant et complétant la loi n^o 82-13 du 28 août 1982 relative à la constitution et au fonctionnement des sociétés d'économie mixtes.
- Journal officiel de la république algérienne du 13 juillet 1988
Loi N^o 88-25 relative à l'orientation des investissements économiques privés nationaux.
- Journal officiel de la république algérienne N^o 64 du 10 octobre 1993
Décret législatif N^o93-12 relatif à la promotion de l'investissement.
- Journal officiel de la république algérienne N^o 47 du 22 août 2001
Ordonnance N^o 01-03 relative au développement de l'investissement.
- Journal officiel de la république algérienne N^o 47 du 19 juillet 2006.
Ordonnance n^o 06-08 du 15 juillet 2006 modifiant et complétant l'ordonnance n^o 01-03 du 20 août 2001 relative au développement de l'investissement.

Article et communication

- MIMOUNE Lynda & KHELADI Mokhtar. La politique de l'Etat dans le secteur du commerce extérieur». Université de Bejaia.

Site web

- www.algerie360.com
- www.algerie-focus.com
- www.agenceecofin.com
- www.algax.dz
- www.banquemondiale.org
- www.cepii.fr
- www.elwatan.dz
- www.expansionafriquemagazine.com
- www.fmi.com
- www.jeunefrique.com
- www.leconews.com
- www.liberte.dz
- www.liberation.fr
- www.ons.dz
- www.tsa-algerie.com

**Liste des tableaux,
graphiques et figures**

Liste des tableaux

Tableau n^o 01 : exemple de Ricardo dans l'analyse de coûts comparatifs.....	17
Tableau n^o 02 : Evolution du commerce international entre 1948 et 2011.....	31
Tableau n^o 03 : privatisation par type de preneurs 2003/ 2007.	49
Tableau n^o 04 : Population globale des PME à la fin du 1 ^{er} semestre 2013.....	50
Tableau n^o 05 : Les trois principales catégories des PME privées.....	51
Tableau n^o 06 : La répartition des PME privées par secteur d'activité premier semestre 2013. .	52
Tableau n^o 07 : La répartition des PME privées par taille au premier semestre 2013.....	54
Tableau n^o 08 : Evolution de l'emploi créé par les PME publiques et privées.	56
Tableau n^o 09 : l'octroi des crédits par les banques au secteur privé et au secteur public en milliards de dollars.....	59
Tableau n^o 10 : nombre de PME (personnes morales) créées et radiées entre 2010 et le 1 ^{er} semestre 2013.....	64
Tableau n^o 11 : Exemple de la suppression tarifaire pour une ligne de produits.	66
Tableau n^o 12 : Evolution en pourcentage de l'exportation d'hydrocarbure.....	77
Tableau n^o 13 : Evolution en pourcentage de l'exportation des produits agricoles, miniers et autres.	78
Tableau n^o 14 : Evolution des exportations des hydrocarbures en millions USD.....	84
Tableau n^o 15 : Evolution des exportations hors hydrocarbures (2005/ 2014) en million de dollar.	85
Tableau n^o 16 : Principaux produits exportés en 2013 (million USD).....	87
Tableau n^o 17 : Classement des exportateurs algériens hors hydrocarbures (2013).....	89
Tableau n^o 18 : Le classement des principaux clients de l'Algérie en 2013.	91
Tableau n^o 19 : Classement des principaux clients de l'Algérie hors hydrocarbures.	92
Tableau n^o 20 : Evolution des importations entre 2005/ 2014 (en million USD).....	93
Tableau n^o 21 : Evolution des importations de l'Algérie par catégories pour la période 2005/ 2014 (en million de dollars).	93
Tableau n^o 22 : Totale des importations de l'Algérie pendant dix ans (2005/ 2014), par groupe de produits, en valeur et en pourcentage. .	94
Tableau n^o 23 : Les principaux fournisseurs de l'Algérie (2005/ 2014) en million USD.	95
Tableau n^o 24 : Données Globales du Commerce extérieur de l'Algérie	96

Tableau n^o 25: Le solde commercial de l'Algérie avec quelques grandes régions commerciales.....	98
Tableau n^o 26 : Evolution des exportations privées hors hydrocarbures pour la période 2005/2013.....	105
Tableau n^o 27 : Les exportations hors hydrocarbures du secteur privé et public 2005/2013	107
Tableau n^o 28 : Concentration des entreprises sur l'exportation d'un même produit	109
Tableau n^o 29 : Nombre d'entreprises privées qui exportent le même produit chaque année ..	110
Tableau n^o 30 : Les différents domaines d'activités d'entreprises enquêtées	113
Tableau n^o 31 : Les trois premiers domaines productifs dont les entreprises enquêtées exportent mieux.....	113
Tableau n^o 32 : La taille des entreprises enquêtées selon l'effectif	114
Tableau n^o 33 : L'implantation géographique des entreprises enquêtées.....	115
Tableau n^o 34 : La date de création des entreprises enquêtées	115
Tableau n^o 35 : La répartition d'entreprises entre exportatrices et non et celles qui comptent exporter dans l'avenir, (le nombre et la part en pourcentage).....	117
Tableau n^o 36 : L'objectif des entreprises suite à leurs opérations d'exportations	117
Tableau n^o 37 : La mise en place des normes ISO 9001 au sein des entreprises enquêtées.....	118
Tableau n^o 38 : Degré de maîtrise des opérations d'exportations	119
Tableau n^o 39 : Part des entreprises enquêtées dans l'étude des marchés externes.....	121
Tableau n^o 40 : Les marchés ciblés par les entreprises exportatrices	121
Tableau n^o 41 : Classement des marchés ciblés par les entreprises enquêtées.....	122
Tableau n^o 42 : Quelques critères qui motivent les entreprises à exporter	123
Tableau n^o 43 : Le rôle des institutions de soutien aux exportations tel qu'il est perçu par les entreprises enquêtées.....	124
Tableau n^o 44 : Le rôle des banques dans les exportations.....	125
Tableau n^o 45 : Les obstacles à l'exportation selon les entreprises enquêtées	126
Tableau n^o 46 : Les attentes des entreprises enquêtées.....	127
Tableau n^o 47 : Evolution des exportations de CEVITAL 2005/2013, (en millions de dollars)	155
Tableau n^o 48 : Evolution des exportations hors hydrocarbures par groupes d'entreprises.....	158
Tableau n^o 49 : La part en pourcentage des exportations de CEVITAL par rapport au total des exportations minières.....	159

Tableau n° 50 : La part en pourcentage des exportations de CEVITAL par rapport au total des exportations d'autres entreprises publiques et mixtes.	160
Tableau n° 51 : La part en pourcentage des exportations des entreprises privées par rapport aux exportations de CEVITAL	161

Liste des graphiques

Graphique n° 01 : prêt de la BIRD et crédit de l'IDA durant l'exercice de 3013.....	24
Graphique n° 02 : Evolution du commerce extérieur des BRIC'S.....	28
Graphique n° 03 : Principaux exportateurs du Sud vers le Sud, 2010 (milliards de dollars)....	32
Graphique n° 04 : Nord et Sud dans le commerce mondial, 1967- 2010 (%).	32
Graphique n° 05 : Exportations mondiales de marchandises par groupe de produit, 2011.....	35
Graphique n° 06 : Exportations de services commerciaux par catégorie, 2010-201.....	36
Graphique n° 07 : Part des exportations totales de services commerciaux, 2011.	37
Graphique n° 08 : Population globale des PME à la fin du 1 ^{er} semestre 2013.	50
Graphique n° 09 : répartition des PME privées par secteur d'activité.	52
Graphique n° 10 : Répartition des PME privées du secteur industriel selon le domaine d'activité	54
Graphique n° 11 : Part des PME dans le secteur privé selon leurs tailles. (1 ^{er} semestre 2013). 55	
Graphique n° 12 : Répartition géographique des PME privées.	55
Graphique n° 13 : Evolution de l'emploi des PME publique/ privées de 2009 à 2013	56
Graphique n° 14 : La création et la mortalité des PME (personnes morale).....	64
Graphique n° 15 : Exportation d'hydrocarbures et exportations totale 1970- 1989.	79
Graphique n° 16 : Estimations du cours d'équilibre budgétaire pour quelques pays exportateurs du pétrole, 2015 (dollar/ baril).	81
Graphique n° 17 : Evolution des exportations des hydrocarbures en millions USD (2005/2014). .	84
Graphique n° 18 : Evolution des exportations hors hydrocarbures en million de dollar (2005/2014)..	86
Graphique n° 19 : Structure des exportations hors hydrocarbures en 2013 (en pourcentage)	88
Graphique n° 20 : La part en pourcentage de quelques principaux exportateurs hors hydrocarbure	90
Graphique n° 21 : Structure des importations en pourcentage durant la période 2005/2014.....	94
Graphique n° 22 : Evolution du commerce extérieur de l'Algérie et sa balance des paiements	97
Graphique n° 23 : Evolution des exportations du secteur privé, 2005/2013(millions USD).	106
Graphique n° 24 : La part en pourcentage des exportations du secteur privé par rapport à celles du secteur public hors hydrocarbures 2005/2013.....	108

Graphique n° 25 : La part des entreprises exportatrices selon leurs tailles.....	114
Graphique n° 26 : La part des entreprises exportatrices selon leur implantation géographique.	115
Graphique n° 27 : La part des entreprises exportatrices selon leurs dates de création.	116
Graphique n° 28 : L'objectif de l'opération d'exportation chez les entreprises enquêtées	118
Graphique n° 29 : La part des entreprises dotées d'une structure chargée des exportations.	119
Graphique n° 30 : Degré de maîtrise des opérations d'exportations en pourcentage.	120
Graphique n° 31 : Les marchés ciblés (ou à cibler) par les entreprises enquêtées.....	122
Graphique n° 32 : Classement des facteurs motivant les entreprises à l'exportation.	123
Graphique n° 33 : Le rôle des institutions de soutien aux exportations tel qu'il est perçu par les entreprises enquêtées.	124
Graphique n° 34 : Les obstacles à l'exportation selon les entreprises enquêtées.	126
Graphique n° 35 : Parts des entreprises qui ont exprimé les mêmes attentes.	128
Graphique n° 36 : Evolution de l'emploi au sein de CEVITAL, 1999/2015.	140
Graphique n° 37 : Structure de la redistribution de la richesse de CEVITAL.	140
Graphique n° 38 : Croissance de chiffre d'affaire de Cevital.	142
Graphique n° 39 : Evolution des exportations de CEVITAL entre 2005 et 2013.....	155
Graphique n° 40 : La part en pourcentage des exportations de CEVITAL par rapport au total des exportations minières.	159
Graphique n° 41 : La part en pourcentage des exportations de CEVITAL par rapport au total des autres entreprises publiques et mixtes.....	160
Graphique n° 42 : La part en pourcentage des exportations des entreprises privées par rapport aux exportations de CEVITAL.	161

Liste des figures

Figure n° 01 : Mécanisme de théorème de Stolper et Samuelson.	18
Figure n° 02 : Les pays membres et observateurs de l'OMC en janvier 2015.	22
Figure n° 03 : Exportations de marchandises par région et par destination, 2011 (en milliards de dollars).....	33
Figure n° 04 : Exportation de marchandises par région et par produit, 2011.....	38
Figure n° 05 : L'organigramme général du groupe CEVITAL.....	137

Annexes

Liste des entreprises enquêtées :

N ⁰	entreprise	Domaine d'activité	Implantation géographique
01	SARL SIPADE produits Nouara	Agroalimentaire	Alger
02	SARL Laiterie SOUMMAM	//	Bejaia
03	SIM AGRO SPA	//	Ain Roman, Blida
04	AFRICA Café	//	Tlemcen
05	ZAZI Miel	Apiculture	Ghardaia
06	SARL Beiko	Bois et meubles	Blida
07	Wouroud	Cosmétique	El Oued
08	VENUS SAPECO SARL	//	Blida
09	Entreprise HADADDOU SALIM	Dattes	Tolga, Biskra
10	EURL SATREX	Electronique/ Electroménager	Setif
11	SARL ELECTROMEL	//	Bejaia
12	BMS SARL	//	Alger
13	Entreprise Alger Lumière	//	Tipaza
14	SARL ABADOU ELECTRONICS	//	Bourdj Bou Arreridj
15	SARL Kerai frères fer	Acier	Alger
16	SARL Groupe Amara Acier	//	Boumerdes
17	IFRI Olive	L'huile d'olives	Ouzellaguen Bejaia
18	Entreprise FAZARI	Maroquinerie	El Taref
19		Mécanique	
20	Général Emballage	Papier	Akbou, Oran, Setif
21	SPA FADERCO	//	Alger
22	SARL SMTP	Pétrochimie	Blida
23	GRANITEX NOUVEAUX PRODUITS	//	
24	SPA OSMOS	Détergents	Tizi Ouzou
25	SARL HAAL	Produits de pêche	Oran
26	SARL BIOLAB	Produits pharmaceutiques	Alger
27	Grain Blanc	Textile	Alger
28	BELIT SARL	//	Tlemcen

Le questionnaire adressé aux entreprises

- **Informations sur l'entreprise**

- Raison sociale
- Date de création
- Domaine d'activité
- Implantation géographique
- Nombre d'employés

- **L'entreprise a déjà exporté** : oui non

- Nombre de produits exportés :

.....
.....

- **Exportations régulières** : oui non

- **L'opération d'exportation avait lieu pour répondre à :**

- Une commande oui non
- La volonté de l'entreprise pour pénétrer le marché étranger oui non

- **L'entreprise compte exporter dans l'avenir** : oui non

- La mise en place des normes ISO 9001 : oui non

- L'existence d'une structure chargée des exportations au sein de l'entreprise :

Oui Non

- **Maitrise de l'opération d'exportation**

- Faible
- Moyenne
- Bonne

- **Connaissance des marchés étrangers :**

- Etude du marché : oui non
- Participation dans les foires internationales : oui non

- **Les marchés ciblés (ou envisagés)**

- L'Europe
- L'Asie
- L'Afrique
- Les pays du Maghreb
- Les pays de la GZALE

• **Motivations à l'exportation :**

- | | | | | |
|---------------------------------------|-----|--------------------------|-----|--------------------------|
| - Produit compétitif : | oui | <input type="checkbox"/> | non | <input type="checkbox"/> |
| - Saturation du marché local : | oui | <input type="checkbox"/> | non | <input type="checkbox"/> |
| - La distance : | oui | <input type="checkbox"/> | non | <input type="checkbox"/> |
| - La volonté de s'internationaliser : | oui | <input type="checkbox"/> | non | <input type="checkbox"/> |

• **Rôle des structures de soutien aux exportations :**

- Faible
Moyen
Bon

• **L'accompagnement des banques à l'exportation :**

- Faible
Moyen
Bon

• **Les obstacles à l'exportation :**

- | | |
|---|--------------------------|
| - La logistique | <input type="checkbox"/> |
| - L'insuffisance des infrastructures portuaires | <input type="checkbox"/> |
| - La bureaucratie | <input type="checkbox"/> |
| - Absence d'intermédiaires | <input type="checkbox"/> |
| - Autres | <input type="checkbox"/> |

• **Les attentes de l'entreprise :**

- | | |
|---|--------------------------|
| - Soutien efficace de la part de l'Etat | <input type="checkbox"/> |
| - Existence d'une volonté politique | <input type="checkbox"/> |
| - Le rôle des intermédiaires | <input type="checkbox"/> |

Merci pour votre contribution

Table des matières

Tables des matières

Introduction générale.....	08
----------------------------	----

Chapitre I : Aperçu théorique sur le commerce international et son évolution

Introduction	15
Section I : Les différentes théories du commerce international	16
I.1. L'approche d'Adam Smith	16
I.2. L'approche de David Ricardo 1817	16
I.3. Le modèle HOS	18
I.4. Le théorème de Stolper- Samuelson	18
I.5. Le théorème de Rybczinski	19
I.6. L'approche de Michel Posner (1961)	19
I.7. L'approche de Raymond Vernon (1966)	19
I.8. Le modèle de Brander et Spencer (1983)	20
I.9. l'approche de Paul Krugman	20
Section II : les facteurs de développement du commerce international	21
II.1. Les organisations internationales et le libre-échange	21
II.1.1. Le GATT/ l'OMC.....	21
II.1.2. La Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement	22
II.1.3. Le Fonds Monétaire International	23
II.1.4. L'Organisation de Coopération et de Développement Economique	23
II.2. Les organisations internationales et le financement des échanges	23
II.2.1. Le groupe de la Banque Mondiale	24
II.2.2. La Banque Européenne d'Investissement	25
II.2.3. La Banque Européenne pour la Reconstruction et le Développement	25
II.3. Le développement des espaces économiques régionaux	25
II.4. Les modifications de l'environnement	26
II.4.1. La globalisation des marchés	26
II.4.2. La mondialisation de la sous-traitance	26
II.4.3. L'impact du transport international sur la réduction des effets de la distance	26
II.5. Autres vecteurs de développement du commerce international	27
II.5.1. Le rôle des BRIC'S	27
II.5.2. La création d'une banque commune des BRIC'S	28

II.5.3. L'importance des zones franches	29
II.5.4. L'impact des IDE sur le commerce international	30
Section III : L'évolution du commerce mondiale et sa structure	30
III. 1. Evolution du commerce mondiale en volume et en valeur	30
III.2. La structure géographique du commerce international	31
III.2.1. La montée des échanges Sud-Sud	31
III.2.2. La forte régionalisation du commerce international	33
III.3. Les produits et les services les plus importants dans le commerce international	34
III.3.1. Les produits les plus échangés	34
III.3. 2. Commerce international des services	35
III.4.1 Les exportations de marchandises selon les régions	37
Conclusion du chapitre I	39

Chapitre II : L'évolution du secteur privé algérien et sa situation actuelle

Introduction	42
Section I: La réalité du secteur privé national et son développement après l'indépendance	43
I.1. L'historique du secteur privé national	43
I.2. Faible développement et transformation du secteur privé	44
I.3. La place du capital privé national dans les différents codes d'investissements	44
I.3.1. L'ordonnance n ^o 66 – 284 du 15/09/1966 portant code des investissements	44
I.3.2. Loi n ^o 82- 11 21/08/1982 relative à l'investissement économique national privé	45
I.3.3. Loi n ^o 88- 25 du 12/07/1988 relative aux orientations des investissements économiques privés nationaux	45
I.3.4. Décret législatif n ^o 93-11 du 05/10/1993 relatif à la promotion de l'investissement	45
I.3.5. L'ordonnance n ^o 01- 03 du 20/08/2001 relative au développement des investissements ...	46
I.3.6. L'ordonnance n ^o 06 – 08 du 15/07/ 2006 relative au développement des investissements	46
I.3.7. L'avant projet du nouveau code des investissements (2015).....	46
Section II : La privatisation et les caractéristiques du secteur privé	47
II.1. L'origine législative des privatisations.....	47
II.1.1. Les principales actions de privatisation	48
II.2. Les caractéristiques du secteur privé national	49
II.2.1. Evolution des PME privées par secteur d'activité	51
II.2.2. Evolution des PME privées par secteurs d'activité (personnes morales)	51
II.2.3. La répartition des PME privées par taille au premier semestre 2013	54

II.2.4. Répartition des PME sur le territoire national	55
II.2.5. Evolution de l'emploi au sein des PME publiques et privées	55
II.3. Les structures d'incitation à la création d'entreprises	56
II.3.1. Le Conseil National de l'Investissement	57
II.3.2. L'Agence Nationale de soutien à l'emploi de Jeunes	57
II.3.3. L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement	57
II.3.4. La Caisse Nationale d'Assurance chômage.....	58
II.3.5. Le Fonds National de la Régulation et du Développement Agricole	58
II.3.6. Le Fonds de Garantie des crédits aux PME	58
II.3.7. La Caisse de Garantie des Crédits d'Investissement	58
II.4. L'accès du secteur privé aux crédits bancaire	58
II.5. La place du leasing dans le financement des PME	59
Section III : Le passage graduel à l'économie de marché	59
III.1. La cotation des entreprises privées en bourse	60
III.2. Le secteur privé et l'activité bancaire	60
III.3. La place des IDE dans l'économie algérienne	61
III.4. Les contraintes à la création des entreprises privées et leur mortalité	62
III.4.1. les contraintes	62
III.4.1.1. Les contraintes exogènes	63
III.4.1.2. Les contraintes endogènes	63
III.4.2. La mortalité des PME	64
III.5. Les accords signés par l'Algérie et le processus d'adhésion à l'OMC	65
III.5.1. Accord d'association avec l'union européenne	65
III.5.2. La Grande Zone Arabe pour le Libre Echange	67
III.5.3. Les autres accords commerciaux	67
III.5.4. Le processus d'adhésion à l'OMC	68
Conclusion de chapitre II	70

Chapitre III : Evolution et caractéristiques du commerce extérieur de l'Algérie depuis 1962

Introduction	73
Section I : Le commerce extérieur de l'Algérie depuis l'indépendance	74

I.1. Le monopole de l'Etat	74
I.1.1. Le protectionnisme	76
I.1.2. Le contingentement	76
I.1.3. La politique tarifaire	76
I.2. La dominance des hydrocarbures	77
I.2.1. Le Dutch Disease.....	79
I.2.2. La vulnérabilité de l'économie algérienne.....	80
I.2.3. Le fonds de régulation des recettes	81
I.3. La libéralisation du commerce extérieur	82
I.3.1. La nouvelle politique douanière.....	82
I.3.2. Le déséquilibre des exportations/ importations suite à sa libéralisation	83
Section II : La structure des exportations de l'Algérie	83
II.1. Les exportations d'hydrocarbures	83
II.2. Les exportations hors hydrocarbures	85
II.2.1. Les principaux produits exportés hors hydrocarbure	86
II.2.2. Les principaux exportateurs hors hydrocarbures	89
II.3. Les principaux clients de l'Algérie	91
Section III : La structure des importations de l'Algérie	92
III.1. L'évolution des importations	92
III. 2. Les principaux produits à l'importation	93
III. 3. Les principaux fournisseurs de l'Algérie	95
Section IV. Le commerce extérieur de l'Algérie et la balance commerciale.....	96
IV. I. La balance commerciale de l'Algérie à l'égard de quelques régions commerciales	97
IV.2. La part de l'Algérie dans le commerce mondial	99
IV.3. La croissance fabuleuse des importations	99
Conclusion	101

Chapitre IV : Les exportations du secteur privé national

Introduction	104
Section I. Analyse globale des exportations du secteur privé national	105
I.1. Evolution des exportations du secteur privé national	105

1.2. Evolution des exportations hors hydrocarbures du secteur privé par rapport aux exportations du secteur public	106
I.3. Caractéristiques du secteur privé à l'exportation	108
I.3.1. La taille et le domaine d'activité des entreprises exportatrices	108
I.3.1.1. La taille	108
I.3.1.2. Le domaine d'activité	109
I.3.2. Les produits exportés	109
Section II. Analyse empirique des exportations du secteur privé	111
II.1. Méthodologie du questionnaire	111
II.1.1. La confection du questionnaire	111
II.1.2. L'échantillon	111
II.1.3. Déroulement de l'enquête	112
II.2. Analyse et traitement des résultats de l'enquête	112
II.2.1. Les informations sur les entreprises	112
II.2.1.1. Le domaine d'activité	112
II.2.1.2. La taille	113
II.2.1.3. L'implantation géographique des entreprises.....	115
II.2.1.4. La date de la création de l'entreprise.....	115
II.2.2. Le volet des exportations	116
II.2.2.1. Le nombre de produits exportés	117
II.2.2.2. L'objectif de l'opération d'exportation	117
II.2.2.3. La certification ISO 9001.	118
II.2.2.4. L'existence d'une structure chargée des exportations au sein de l'entreprise	119
II.2.2.5. La maîtrise des opérations d'exportations	119
II.2.2.6. Etude de marché international	120
II.2.2.7. Les marchés ciblés	121
II.2.3. Motivation à l'exportation	123
II.2.4. Le rôle des structures de soutien à l'exportation	124
II.2.5. Le rôle des banques	125
II.2.6. Les obstacles à l'exportation	125
II.2.7. Les attentes des entreprises.....	127
II.3. Synthèse de l'enquête	128
Conclusion du chapitre IV	131

Chapitre V : Le groupe CEVITAL et sa contribution aux exportations hors hydrocarbures

Introduction	134
Section I : Présentation de CEVITAL.....	135
I.1. Historique du Groupe	135
I.2. Chronologie de développement de CEVITAL	135
I.3. L'organisation de CEVITAL	136
I.3.1. L'organigramme de CEVITAL.....	136
I.3.2. Présentation des pôles d'activités	138
I.3.2.1. L'Agro-industrie	138
I.3.2.2. Automotive et service	138
I.3.2.3. L'Industrie.....	138
I.3.2.4. La Distribution	139
I.4. Le poids de CEVITAL dans l'économie national.....	139
I.4. 1. Création de l'emploi	139
I.4. 2. Contribution aux impôts	140
I.4. 3. La production de CEVITAL et la couverture du marché locale.....	141
I.4. 4. L'Evolution de chiffre d'affaire de CEVITAL.....	141
I.4. 5. La préoccupation de la sécurité alimentaire.....	142
Section II : l'internationalisation de CEVITAL.....	142
II. 1. Les exportations de CEVITAL.....	143
II. 2. Les partenariats stratégiques.....	143
II.2.1. Partenariats en Algérie	144
II.2.1.1. Partenariat avec SAMSUNG et la création de SAMHA	144
II.2.1.2. Prainsa Cevico Algérie et l'association avec le groupe espagnol Prainsa.....	144
II.2.1.3. Sierra CEVITAL.....	145
II.2.1.4. CEVITAL et le groupe Memsys.....	145
II.2.1.5. Racht de Michelin Algérie.....	145
II. 2.2. Partenariats à l'étranger	146
II. 2.2.1. Des opportunités à Vendée, Toscane et Brésil	146

II. 2.2.2. Simab et la distribution des produits de CEVITAL à l'étranger	146
II. 3. Les acquisitions en Europe	146
II. 3. 1. L'acquisition d'OXXO	147
II.3.2. L'acquisition de l'usine d'aluminium Alas	147
II.3. 3. L'acquisition de Fagor Brandt	148
II. 3.4. L'acquisition de Lucchini	148
II.3.5. L'intérêt des acquisitions en Europe	149
II.4. Les implantations en Afrique	149
II.5.1. La plateforme logistique au Maroc	150
II.4.2. L'agriculture et l'agroalimentaire au Soudan	150
II.4.3. Complexe industriel en Côte d'Ivoire	150
II.4.4. Les autres pays africains	151
II.4.5. L'intérêt stratégique de l'implantation en Afrique	151
II.4.6. Le financement des projets de CEVITAL à l'étranger	151
Section III. Les exportations de CEVITAL	152
III. 1. Les filiales exportatrices de CEVITAL	152
III.1.1. CEVITAL Agro-industrie	153
III.1.2. Mediterranean Float Glass, MFG	153
III.1.3. SAMHA et Fagor Brandt	154
III.2. L'évolution des exportations de CEVITAL	154
III.3. Les marchés ciblés par CEVITAL	156
III.3.1. Le marché européen	156
III.3.2. Le marché maghrébin	156
III.3.3. Le marché africain	156
III.4. La logistique de CEVITAL et ses atouts à l'exportation	157
III.4.1. La diversification de la production	157
III.4.2. Nolis	157
III.4.3. Les plateformes logistiques à l'étranger	158
III.5. Les exportations de CEVITAL par rapport aux autres exportateurs nationaux	158
III.5.1 Les exportations de CEVITAL par rapport au total des exportations minières	159
III.5.2. Les exportations de CEVITAL par rapport au total des exportations d'autres entreprises publiques et mixtes	160
III.5.3. Les exportations des entreprises privées par rapport aux exportations de CEVITAL	161
III.6. Les blocages	162

III.6.1. Les blocages d'acquisitions en Algérie	162
III.6.1 1. Le rachat de Michelin Algérie	162
III.6.1.2. Le rachat d'Arcelo Metal d'El Hedjar	162
III.6.1.3. La transaction de 15% des actions de NCA Rouiba.....	163
III.6.2. Les blocages des projets d'investissements	163
III.6. 2.1. Une usine pour la trituration des graines oléagineuses	163
III.6. 2.2. Le port du Cap Djinet.....	163
III.6. Le complexe Bellara.....	164
III.6. Le blocage des exportations	164
III. 7. Les perspectives de CEVITAL	164
Conclusion.....	166
Conclusion générale	168
Bibliographie.....	175
Liste des tableaux, graphiques et figures	180
Annexes	185
Table des matières	189

