

République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère des études supérieures



UNIVERSITE MOULOU D MAMMERI TIZI-OUZOU



(UMMTO)

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et de gestion

Département des Sciences Commerciales

Mémoire de fin de cycle

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

Option : Finance et commerce international

Sous le thème

**Exportation des produits agroalimentaire en Algérie ;
Cas des produits Cevital**

Réalisé par :

LOUNI Malik

CHALLAL Salim

Encadré par :

Mr. SAHALI Nourredine

Membres du jury :

Président : Mr. BABOU Omar

Examineur : Mr. SAHNOUNE Mouhand

Rapporteur : Mr. SAHALI Nourredine

Promotion 2020-2021

Remerciement

**Tout d'abord nous tenons à remercier Allah pour nous avoir donné la volonté et
*le courage de réaliser ce travail,***

Nous tenons à remercier Mr SAHALI, pour nous avoir encadré,

**Notre éternelle gratitude s'adresse à Mr LAKEL Hichem qui s'est consacré à
*notre formation en mettant à notre disposition les moyens et les informations
nécessaires, à Mr TALBI Farid ainsi qu'à tous les membres du groupe
CEVITAL pour nous avoir accueilli et fait en sorte que notre formation se passe
au mieux au sein de leur établissement,***

***Nous remercions les membres du jury pour avoir accepté de lire et de juger notre
travail,***

***Nous manifestons notre gratitude à toutes les personnes qui ont participé à la
réalisation de ce travail de près ou de loin.***

Dédicaces

Je dédie ce travail,

À mes très chers et admirables parents, tout d'abord pour avoir toujours été présent et surtout pour leur indéfectible soutien tout au long de la réalisation de ce travail de fin d'étude

À mes très cher sœurs Melissa et Sarah

À mes Grands-parents qui sont pour moi une fierté et une source d'inspiration

À mes oncles Nabil, Mustapha et Tarik qui ont toujours su être cette épaule dont on a besoin dans la vie, ainsi qu'à mes chères tantes

À mes chers cousins, cousines et à toute ma famille

À mon ami et binôme Salim ainsi qu'à toute sa famille

Enfin je dédie ce travail à tous mes amis proches qui ont partagé ce cursus universitaire avec moi fianso, Anis titi, Hocine jack ainsi qu'à mes amis d'enfance Abdellah, Nonor, Mahdi Bady, Mahdi, Khaled, Amine et tous ceux qui ont participé de près ou de loin à ce projet de fin d'étude.

Ici on dédie Que La Famille.

Malik

Dédicaces

Je tiens à dédier ce travail accompagné d'un profond amour :

À mes très chers parents sans qui je ne serais pas là aujourd'hui et qui n'ont jamais cessé de croire en moi et formuler des prières à mon égard, pour m'avoir soutenu, épaulé et encouragé pour que je puisse atteindre mes objectifs,

À mes très chères sœurs Sabrina, Yasmine et Fatima, mon frère Amine, ma belle-sœur Kahina et mon petit neveu Aslane Pour leur amour, leur soutien et conseils tout au long de mes études,

À mes deuxièmes mères, mes tantes Nadia et Samia,

À tous les membres de ma famille,

À la mémoire de mon prof de Monsieur AMROUCHE Yacine,

À mon ami de longue date et bras droit Malik pour son soutien, son optimisme et sa patience tout au long de notre cursus

À tous mes amis et camarades Hocine, petit tonnerre Anis, Lhadj Sofiane, Anis Dh, à mes amis d'enfance : Arris, Anis, Le tigre, Yacine, Rabah et Ghiles, sans oublier tous les membres de L'ESCTO, mes amis Said et Achour, mes coach Mustapha et Redouane.

Salim

Sommaire

Liste des abréviations

INTRODUCTION GENERALE01

Chapitre 01 : Le commerce international, théories, opérations et techniques.....03

Section 01 : Les théories du commerce international et son évolution à travers l'histoire.....04

Section 02 : Les opérations du commerce international (import/export)15

Section 03 : aspect technique du CI (techniques, instruments, risques)24

Chapitre 02 : L'évolution du commerce international en Algérie33

Section 01 : Historique et évolution du commerce international en Algérie.....34

Section 02 : La promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie.....42

Section 03 : L'apport de l'industrie agro-alimentaire dans le commerce international en Algérie.....55

Chapitre 03 : Processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL.....71

Section 01 : Présentation général de l'entreprise d'accueil71

Section 02 : Processus d'exportation de l'entreprise Cevital.....81

Section 03 : Etude des opérations d'exportation Cevital92

Conclusion générale.....104

Annexe106

Bibliographie

Liste des tableaux

Liste des figures

Table des matières

Introduction générale

INTRODUCTION GENERALE

Le commerce international occupe une place importante dans les débats de politique économique dans la période récente. Les différentes nations au niveau mondial sont partagées sur la question, d'une part les échanges internationaux sont perçus comme une chance, par exemple pour les pays d'Asie qui connaissent une forte croissance en raison de leurs exportations, d'une autre part comme une menace, pour les pays développés qui voient la production de nombreux secteurs concurrencée par des importations accrues.

Au sens large, le commerce international correspond à l'ensemble des flux de marchandises et de services entre au moins deux pays, donc au-delà des frontières géographiques, linguistiques, culturelles, raciales ou religieuses en raison de la diversité dans la répartition des richesses. Depuis leur avènement, les échanges internationaux se sont développés et ont pris de l'ampleur jour après jour. De nos jours, des millions de produits sont achetés, vendus et acheminés quotidiennement par voie aérienne, maritime ou terrestre à travers le monde. Il implique donc tout ce qui concerne l'organisation des échanges : la logistique internationale, les techniques douanières, les solutions de financement (mode de règlement des opérations internationales), stratégie à suivre, la gestion des risques liés à ce type d'échange (risque de change, fiscal, juridique, politique...), les différentes contraintes auxquelles on peut faire face sur le terrain et en dehors.

Nous allons nous pencher sur l'exportation, qui est une activité économique et commerciale très importante pour un pays comme l'Algérie. C'est un moyen déterminant permettant d'acquérir des devises, lesquelles sont pour une nation le moyen d'intervention économique et financière sur les marchés extérieurs, c'est aussi un élément important pour le développement de l'innovation. Par ailleurs, les exportations permettent de stimuler une économie en valorisant le travail d'un pays auprès des autres et en assurant la pérennité de ses entreprises qui, dans le cadre de la mondialisation, est fortement liée à leurs positions sur le marché mondial. C'est pourquoi, les gouvernements, des pays du monde, octroient une attention particulière quant au développement des exportations de leur pays.

Pour parvenir à stimuler les exportations d'un pays, il faudra d'abord évaluer le potentiel des entreprises et leurs besoins, afin qu'elles puissent être compétitives à l'international. Pour le cas de l'entreprise qui a déjà saturé son marché domestique, et pour laquelle il reste une capacité de production lui permettant d'accroître son chiffre d'affaires, il n'y a d'autres alternatives que de recourir à l'exportation. Cette dernière, peut être donc une possibilité d'élargissement des débouchés de l'entreprise qui a besoin d'amortir ses investissements qui, jusque-là, n'atteignaient pas leurs pleines capacités d'exploitation.

Depuis l'indépendance, l'Algérie s'est ouverte sur le monde et les échanges internationaux, dans un premier temps avec une politique protectionniste où l'Etat avait le contrôle sur toute opération

commerciale et où le commerce extérieur notamment les exportations se résumait aux hydrocarbures. Ensuite pendant les années 90 les autorités algériennes se tournent vers le libéralisme avec enfin une vraie ouverture au commerce mondial. L'attention particulière accordée au secteur des hydrocarbures a produit une situation de dépendance aux recettes émanant des ressources naturelles. En effet les exportations hydrocarbures contiennent la part la plus importante des exportations globales. La nécessité de s'appuyer sur les ressources externes autres que celles des exportations du pétrole et du gaz est la meilleure solution pour le développement de l'économie Algérienne. Parmi les secteurs vers lesquels l'Algérie peut se tourner, on a l'industrie agroalimentaire (IAA), c'est un secteur qui présente un potentiel énorme de croissance et de développement en Algérie. Ce secteur implique la production, la distribution et la consommation de nourriture.

L'IAA se situe au cœur d'un très important complexe économique (le "système alimentaire") dont la finalité est de nourrir les hommes, le plus souvent à travers des rapports marchands. La place des IAA dans les filières composant le système alimentaire est variable selon les pays. L'IAA se situe, dans une très grande majorité de pays, au premier rang du vaste sous-ensemble des industries manufacturières, avec un poids variant de 10 à 30 %. Avec près de 4 000 milliards de dollars de production et plus de 25 millions de salariés en 2009¹ à travers le monde. Son importance s'explique à la fois par une proximité technique et économique avec l'agriculture (valorisation de matières premières basiques) et par une fonction de demande incontournable : l'alimentation.

Notre travail de recherche s'est axé sur un aspect bien précis du commerce international qui est l'exportation, précisément l'exportation des produits agroalimentaire au sein de nos entreprises en Algérie et la problématique de notre mémoire vient cerner ce sujet :

Problématique : Quelles sont les procédures à suivre afin d'assurer une opération d'exportation ? Quelles sont les contraintes auxquelles font face nos entreprises ?

Afin de mieux cerner cette problématique nous avons jugé que la réponse à certaines questions secondaires s'impose, à savoir :

- Que devons-nous savoir au sujet du commerce international ?
- Quels sont les modes d'entrées sur le marché international ?
- Quels sont les risques liés à l'opération d'exportation ?
- Comment Cevital fait face aux différentes contraintes qui ralentissent l'exportation en Algérie ?
- Quelle est la stratégie adoptée par Cevital au cours de son exportation ?

¹ Direction des statistiques et des données de l'OCDE.

Démarche

Pour traiter cette problématique, nous avons eu recours, en premier lieu, à une recherche bibliographique traitant du commerce international et des techniques d'exportations. Dans ce cadre, plusieurs ouvrages de bases sont consultés permettant au passage de constituer une revue de littérature de notre mémoire. En outre, des articles relatifs à l'évolution du commerce international sont aussi utilisés. Dans un second lieu, nous avons effectué un stage pratique au niveau de la direction générale de l'entreprise Cevital.

Ce stage nous a permis d'avoir une idée sur les étapes nécessaires dans une opération d'exportation. La période de stage était très fructueuse pour nous, eu regard des données collectées et des aspects pratiques que nous avons maîtrisés. Sans nul doute ces aspects constituent un apport appréciable à notre formation.

Plan de rédaction

Le plan de rédaction de notre mémoire est constitué de trois chapitres. Le premier chapitre, traite du commerce international et des techniques utilisées. Le deuxième chapitre, traite de l'évolution du commerce extérieur en Algérie. Enfin, le dernier chapitre traite du cas pratique relatif à l'exportation au niveau de Cevital.

Le commerce international est une pratique ancestrale, c'est le développement du commerce de base, il a vu le jour avec l'apparition des nations, et il est donc venu braver les frontières de ces dernières ce qui a fait son internationalisation, et on a pu que constater son ascension fulgurante. Pendant que le commerce international évolue les nouvelles nations grandissent et s'enrichissent, ce qui provoque la méfiance des grandes nations.

De ce fait nous allons prendre pour exemple l'empire espagnole, qui suite à la découverte du continent américain et de son Or, voyait en ce commerce international une brèche par laquelle allait fuir tous l'or conquis. C'est ce genre de pensée qui a mené à la naissance du Mercantilisme, qui prônait donc le protectionnisme et dressait un portrait négatif du commerce international, qui était présenté comme une source de perte plutôt que de gain.

Parmi les fervent défenseur du commerce international nous avons Adam Smith qui est venu redonner un second souffle à ce dernier en s'opposant fermement à la pensée mercantiliste, en postulant que le commerce international était bel et bien une source de gain mais pour les nations qui disposaient d'un avantage absolu en termes de coûts. David Ricardo est venu réfuter cette théorie d'avantages absolu tout en gardant la cape de défenseur du commerce international, il est venu inclure a ce dernier les pays n'ayant pas d'avantage absolu dans les bénéficiaires du commerce international, ainsi pour lui chaque pays doit se spécialiser dans la production du bien pour lequel il dispose d'un avantage relatif le plus grand mais aussi qu'un pays peut très bien se spécialiser dans la production du bien ou il a le désavantage relatif le moins grand, comme le montre si bien son cas de figure avec le Portugal et l'Angleterre dans la production de vin et de draps. On peut dire que l'approche d'Adam Smith et Ricardo constitue le socle de la théorie du commerce international, d'autres économistes sont venus enrichir cette théorie, on va notamment parler d'Heckcher, Ohlin où plus récemment Paul Krugman. Au fil du temps, notamment avec l'effet de la mondialisation économique le commerce international a connu un nouvel essor, à tel point que le volume mondial total des exportations de biens et de services en 2019 a atteint les 24 795 milliards de dollars, tandis que celui des importations était de 24 312 milliards de dollars, ce qui représente au totale 60% du PIB mondial².

Nous allons répartir ce chapitre qui parle du commerce international dans son ensemble en trois parties, une première section ou nous allons voir les différentes théories qui ont fait du commerce international ce qu'il est de nos jours et en profiter pour nous pencher sur son évolution à travers l'histoire. Une seconde section ou nous allons parler des différentes opérations du commerce international, nous allons donc toucher aux importations et exportations. Enfin une troisième et

² Direction des statistiques et des données de l'OCDE.

dernière section où il sera question de mécanique de fonctionnement du commerce extérieur avec notamment les aspects techniques mais aussi les risques liés à l'exportation.

Section 01 : Les théories du commerce international et son évolution à travers l'histoire

Dans cette section nous allons nous pencher dans un premier temps sur la notion même de commerce international avant d'aller voir l'évolution de ce dernier ce qui nous poussera à parler des différentes théories observées à travers l'histoire.

1.1. Définition du commerce international

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

Le commerce international ouvre plein de perspectives aux différents pays, il peut permettre à certains de consommer plus qu'il ne produit grâce à ses ressources propres, ou bien d'élargir ses débouchés en sondant d'autres marchés afin d'écouler sa production et de s'enrichir davantage.³

1.2. L'évolution du commerce international

Le commerce international a connu une grande évolution à travers l'histoire avec des hauts et des bas mais on notera une nette amélioration des échanges mondiaux jusqu'à devenir ce qu'il est de nos jours.

1.2.1. Depuis le début du 19^{ème} siècle

A partir du 19^{ème} siècle, les échanges internationaux, en termes de biens et de services, ont beaucoup progressé. En fait, il s'agit essentiellement d'un petit nombre de puissances européennes qui se sont progressivement développées et agrandies en petit comité ce qui profite actuellement à presque tous les pays du monde. Après avoir traversé une phase d'accélération, le commerce international contemporain bouscule sa position antérieure.

On peut situer l'époque moderne du commerce international à l'aube du 19^{ème} siècle et ce avec le début de la première révolution industrielle, puis vient logiquement s'amplifier avec l'ouverture des

³ Jean-Claude Berthélemy, « Commerce international et diversification économique », Revue d'économie politique, (vol 115), 2005, P.P 591-611.

grandes voies maritimes notamment de Suez et de Panama mais aussi l'organisation de celles-ci grâce aux grandes compagnies d'affrètement.

La révolution industrielle a débuté en Grande-Bretagne, elle a permis la réalisation d'une production importante sur le plan interne ce qui conduit à la recherche de débouché pour ce surplus de production ainsi que de sources d'approvisionnement en matières premières sur le plan extérieur. C'est sur cette lancée qu'a débuté l'organisation du vaste empire colonial britannique qui a mené à faire de l'Europe occidentale le premier pôle d'échanges internationaux avec la Grande-Bretagne.

L'avance qu'a pris la Grande-Bretagne sur le reste du monde lui confère l'appellation d'usine du monde. Ce pays a débuté son industrialisation avec l'utilisation du textile. Les importations comprenaient donc les produits textiles et aussi métalliques avec le fer et l'acier, on notera donc un produit principal.

La révolution industrielle s'est propagée dans les pays suivant : la France, la Belgique, les Pays-Bas, les Etats-Unis d'Amérique, le Japon, la RFA. Ces différentes révolutions ont toutes suivi le modèle britannique. On a eu à faire à une surproduction ainsi qu'un manque de matières premières dans chacun de ces pays, ce qui a amené à l'expansion coloniale à travers le monde et spécialement parmi les pays européens. La Grande-Bretagne n'est plus le seul pays à tirer le commerce international vers le haut mais est soutenu par ce collectif de pays.

De ce qui précède, nous pouvons constater les « rôles » attribués à l'époque, ainsi les grandes nations qui ont réalisé leur révolution industrielle étaient devenues des fournisseurs de produits finis pour les pays encore sous-développés voire colonisés, tandis que ces derniers étaient des fournisseurs de matières premières. On peut parler de division internationale du travail du fait que dans les relations économiques mondiale, le sud est dans le rôle du fournisseur de matières premières, pendant que le nord qui représentait la puissance et la richesse avait celui de fournisseur de produits finis pour le sud qui donc était relégué au rôle de marché.

1.2.2. L'ère pré guerre mondiale

A la veille de la guerre mondiale, l'ordre économique mondial était bien établi, l'Europe occidentale menée par la Grande-Bretagne, l'Allemagne et la France constituent de loin le pôle le plus important du commerce international. Ces trois meneurs représentaient à eux seuls 37% du commerce mondial plus d'un tiers⁴, plus impressionnant encore à eux trois ils détenaient trois quarts des investissements directs à l'étranger. L'Angleterre tenait toujours son avance avec 41% du totale, suivi de la France et de l'Allemagne. Les importateurs de capitaux sont essentiellement les pays d'Europe

⁴ Direction des statistiques et des données de l'OCDE

en voie de développement (Europe centrale et sud Tsariste), l'Afrique et l'Asie n'avaient qu'une infime part du gâteau. Cette époque montrait déjà les difficultés actuelles des pays en voie de développement à savoir, les pays qui ont bénéficié de beaucoup d'investissements et de leur précoce industrialisation se sont développés, pendant que le reste était marginalisé et n'ont donc pas su profiter de ce mouvement de capitaux.⁵

De 1890 à la veille de la guerre mondiale, le monde a connu l'expansion et la liberté du commerce et surtout de l'universalité de l'étalon-or sur le plan monétaire, ce qui a repoussé tout obstacle aux échanges internationaux. Par contre cette liberté d'échange n'était pas pratiquée universellement, car des pays comme l'Allemagne ou les Etats-Unis d'Amérique étaient encore sous protectionnisme afin de protéger leurs industrialisations naissantes contre la féroce concurrence Anglaise.

Le système étalon-or venait offrir toutes les libertés nécessaires au développement du commerce international, c'était donc le système qui s'imposait à cette époque, il permettait la multilatéralisation des échanges et surtout il facilitait l'équilibre des balances de comptes des nations qui prenaient part au commerce international et ce grâce au système suivant :

- Fixité du taux de change ;
- La convertibilité de la monnaie en or, ce qui permettait le règlement de paiement par le mouvement d'or (les excédents et les déficits commerciaux réglés par transfert d'or) ;

La période entre les deux guerres a été suivie d'une stagnation de l'évolution du commerce international, ainsi entre 1919 et 1939 ce fut la traversée du désert, parmi les raisons de ce gros frein on notera la fin de l'expansion avec l'arrêt de la conquête coloniale mais il y'a de plus gros facteur encore tel que :

- La dissociation du système monétaire international ;
- Le renforcement du protectionnisme avec la montée en puissance des Etats-Unis comme première nation industrielle au monde ;
- Les effets cumulés de la crise de 1929.

1.2.3. L'expansion post guerre mondiale

Il faudra attendre la fin de la deuxième guerre mondiale, donc vers 1945 pour voir les choses évolués, on aura vu le commerce international croître en valeur, tonnage et volume, encore plus encourageant, la diversification des exportations vient marquer vraiment l'épanouissement des échanges mondiaux avec l'apparition de nouveaux produits tel que le manioc où les composants électroniques⁶.

⁵Organisation mondiale du commerce, « tendance du commerce international », Archives 2013

⁶Idem

Tout cela nous mène au triplement des échanges entre 1960 et 1974, la période actuelle présente une croissance plus faible ponctuée par deux reculs en 1975 et 1982, du aux variations du cours du pétrole et des taux de change ainsi que l'endettement auquel a pu faire face certains pays.

La diversification des exportations à pousser le GATT à différencier les produits minéraux, agricole, manufacturés et des combustibles. Cette distinction à des fins d'analyse et de compréhension des relations économiques.

Dans l'évolution du commerce international, on peut constater la grosse part dont s'est accaparé les biens manufacturés. En effet, ces derniers ont quadruplé entre 1960 et 1974 et détiennent aujourd'hui 70% du commerce mondial et ce grâce au bien d'équipement et tous ce qui touche aux produits électromécaniques. Cette évolution est d'autant plus frappante quand on se penche sur la part de marché croissante des invisibles, ainsi tous ce qui touche au transport, tourisme et autres services financiers, le secteur tertiaire joue donc un rôle crucial dans la mondialisation de l'économie au même titre qu'il se fait dans un cadre national.

La popularisation des échanges mondiaux entrainera la montée en puissance de plusieurs « petit » pays fraîchement indépendantiste, notamment d'Afrique ou d'Asie, des pays exportateurs de pétrole tels que l'Arabie Saoudite, ou encore de nouveaux pays industrialisés comme Taiwan, voir même des pays socialistes qui s'ouvre à l'extérieur, en prendra la Chine comme un des exemples les plus frappants. Cette montée en puissance vient redistribuer les cartes à tel point que les 5 grands pays exportateurs que sont les USA, la RFA, le Japon, la France, la Grande-Bretagne dominant certes toujours le marché, mais le faible taux qu'ils représentent hors USA montre que leur importance diminue devant l'émergence de ces pays⁷.

La volonté libre échangiste s'exprime à la fin de la seconde guerre mondiale, dont les pays victorieux voulaient retrouver la prospérité qui était la leur pendant les années 20. La nécessité des échanges se fait de plus en plus ressentir, les pays ne disposent pas tous des même matières première voir pas du tout, pas la même disposition d'énergies, le sol ne fait pas pousser les même sortes de plantes, les Etats-Unis, leader des échanges internationaux ont renoncé à certaines activités industrielles tel que le textile ou la petite mécanique, la division international du travail ainsi que les multinationales viennent expliquer la structure et la croissance des échanges⁸.

C'est dans ce climat qu'on s'est dirigé vers la signature d'accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, le GATT en 1947, ce fut une cause de plus du développement du commerce international. Cependant la libéralisation totale des échanges n'est pas acquise mais est au stade de

⁷Centre du commerce international, « trade map », octobre 2016

⁸Bertrand Nezeys, « Commerce international, Croissance et développement », 1985

« devenir », ce qui nécessite des négociations souvent très houleuses entre protagonistes du libre-échange et ceux du protectionnisme depuis 1960, sous forme de round on citera : Kennedy ROUND en 1967, Tokyo ROUND de 1973 à 1979 et Uruguay ROUND de 1986 à 1992.

1.2.4. L'influence de la crise de 1970

La crise de 1970 n'a fait qu'accroître les difficultés déjà rencontrées. La concurrence est de plus en plus sévère plaçant certains pays dos au mur en les mettant face à leurs problèmes économiques et sociaux, ce qui amène à la surface le protectionnisme, on entre dans une guerre économique où les déclarations libre échangistes et les mesures protectionnistes se font face.

L'organisation des échanges, mise en place à la fin des années 1940, a mis en valeur un commerce multinational encadré par des structures internationales établies tels que l'OCDE, la C.N.U, C.E.D et le GATT. Depuis, des ententes régionales se sont créées notamment en Europe le C.A.E.M ou COMECON (Conseil d'Assistance Economique Mutuelle) a organisé une division internationale du travail dans l'Europe de l'est, ce qui a créé des échanges entre les républiques populaires mais aussi et surtout entre celles-ci et l'URSS. Ce qui a été vu comme un modèle dont se sont inspirés les pays du tiers monde qui y voient un moyen d'améliorer leurs situations économiques et continuer leurs croissances, on notera la création de la C. E.A.O en Afrique, l'A.L.A.D. I en Amérique latine, ou l'A.S.E.A. N en Asie du sud-est afin donc de stimuler leurs économies en travaillant sur l'intra régional pour à l'avenir essayer de bousculer les relations internationales.

En dernier lieu, le FMI et la banque mondiale peuvent être cités pour leur rôle de dispensateur de crédits conditionnés avec leur différent moyen de pression qui leur permettent de peser sur les politiques économiques sociales des nations allant parfois même jusqu'au régime politique des petites nations.

1.3. Les théories économiques du commerce international

A travers l'histoire nous avons pu constater que le commerce international a énormément fait réagir, il y'a eu une vague d'hostilité à son égard comme pour tout nouveau concept, et comme dans tout débat il y'a aussi eu des gens qui ont défendu cette nouveauté parmi eux des théoriciens qui sont venus démontrer ses avantages.

1.3.1. Le mercantilisme : Un courant initiateur

En parlant des premiers défenseurs du commerce international nous ne pouvons pas parler du courant mercantiliste. L'origine du mot vient du latin MERCARI qui signifie « faire du commerce » et issu de la racine MERX qui signifie « Marchandise »⁹, cette pensée a été dominante au cours du 16^e et 17^e siècle. Les mercantilistes considèrent donc que le commerce international a une place importante

⁹ Jurgen Niehans, "A History of Economic Theory", P 6.

et est une source essentielle de la richesse d'un pays. La puissance d'une nation dépend de sa richesse matérielle, assimilée aux métaux précieux. Pour obtenir de l'or ou de l'argent et retenir ces métaux précieux sur le territoire national, le pays doit dégager un excédent durable de sa balance commerciale¹⁰. Les mercantilistes préconisent une politique protectionniste à l'avantage du pays avec d'une part l'instauration des droits de douanes et des règles diverses visant à limiter les importations, et d'une autre part on a la mise en place de subventions visant à favoriser les exportations, ce qui favorise donc le développement économique du pays. Cette politique économique a notamment été appliquée par Jean-Baptiste Colbert en France, qui est considéré comme le principal instigateur de cette pensée en France au point d'appeler cette politique le Colbertisme.

Dans la vision du mercantilisme, le commerce international est un jeu à somme nulle, il est donc de nature conflictuelle, comme le dit si bien Antoine De Montchrestien « Nul ne gagne plus que d'autre ne perdent » en d'autres termes les métaux précieux qui sortent d'un pays par le canal des importations entrent dans un autre pays par celui des exportations.

C'est vers le 18^{ème} siècle que les critiques envers la pensée mercantilistes commencent à être appuyés de théories et ce à deux niveaux :

D'abord David Hume vient souligner les effets inflationnistes d'un afflux de métaux précieux, contestant donc la possibilité de bénéficier durablement d'un excédent commercial.

Ensuite viendra Adam Smith pour réfuter le fondement même de la pensée mercantiliste en démontrant que le commerce international est un jeu à somme positive et que la balance ne s'équilibre par forcément.

1.3.2. Les théories traditionnelles du commerce international

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

1.3.2.1. Adam Smith et la loi des avantages absolus

Adam Smith est un philosophe et économiste classique écossais, il a vécu entre 1723 et 1790 et a dévoué sa vie à la recherche. Son œuvre principale est « Recherches sur la nature et les causes de la

¹⁰ Panet-Raymond A, Robichaud D, « Le commerce international : une approche nord-américaine », édition la chenelière, 2005, P 11.

richesse des nations 1776 » il est par ailleurs considéré comme l'ouvrage fondateur de la doctrine classique. Il est donc venu réfuter la pensée mercantiliste en mettant en avant la théorie de l'avantage absolu, qu'on va donc présenter.

a) Les avantages absolus :

Selon Smith, un pays à intérêt à produire lui-même une marchandise si le coût de production de cette dernière est moins élevé que dans les autres pays. Suivant donc la vision de Smith ce pays a un avantage absolu pour cette marchandise, il doit donc la produire et l'exporter vers les autres pays. Pour les marchandises dont le coût de production est supérieur à ce qui se fait dans les autres pays, elles doivent être importées¹¹.

b) La division internationale du travail :

La suite logique de cette théorie est la spécialisation des pays, chaque nation doit se spécialiser dans les secteurs d'activités pour lesquels ils disposent d'un avantage absolu. Il doit donc exporter les marchandises produites avec un avantage absolu vers les autres nations et ensuite importer les marchandises pour lesquelles ils ne disposent d'aucun avantage absolu, cela correspond donc à une division internationale du travail.

1.3.2.2. David Ricardo et la loi des avantages

David Ricardo 1772-1823 est un économiste classique anglais, homme d'affaire et homme politique, il est l'auteur des principes de l'économie politique et de l'impôt (1817) il vient ajuster la pensée d'Adam Smith en incluant aux échanges internationaux les pays qui disposent d'un avantage comparatif, ce qu'on va voir en détail dans ce qui va suivre.

a) Les avantages comparatifs :

Au même titre qu'Adam Smith, Ricardo met en avant et défend la thèse l'intérêt des échanges internationaux pour les pays, il se base sur la cause de la richesse des pays pour définir la notion de coûts comparatifs. Selon Ricardo même si un pays ne dispose pas d'un avantage absolu il peut avoir intérêt à se spécialiser et échanger s'il dispose d'un avantage comparatif.

Il défend sa théorie avec l'exemple de la production de draps et de vin en Angleterre et au Portugal. Cet exemple est basé sur les coûts de production de chaque pays qui correspondent à la quantité de travail nécessaire pour obtenir ces deux marchandises, quelle que soit l'unité de mesure utilisée.

¹¹Stéphane Becuwe, « Commerce international et politiques commerciales », Armand Colin, Paris, 2006, P.19.

Tableau 01 : Production de draps et de vins en Angleterre et au Portugal

Coûts de production	Angleterre	Portugal
Drap	100	90
Vin	120	80

Source : Emmanuelle Nyahoho- Pierre-Paul Proulx, « Le commerce international, théories, politiques et perspectives industrielles », Préface de Carl Grenier, Presses de l'université du Québec, 3eme édition, P 99.

Smith nous parle d'avantage absolu, donc selon son raisonnement la production d'un produit est faite par un pays qui a les coûts de production les moins élevés. Le drap et le vin, sont alors produit par le Portugal car ce pays a les coûts de production les moins élevés pour ces deux produits. Il s'agit là d'une lecture horizontale, où on prend produit par produit. La « correction » de Ricardo nous dit que chaque pays doit se spécialiser dans le produit qui a les plus faibles coûts de production. En suivant cette théorie l'Angleterre doit se spécialiser dans la production de draps, pendant que le Portugal doit se concentrer seulement sur la production de vin, il s'agit là d'une lecture verticale c'est-à-dire pays par pays¹².

b) La division internationale du processus de production

Avant d'arriver à un produit fini prêt à être consommé, on passe par plusieurs étapes, en fait la production d'un produit est décomposée en plusieurs pièces ou tâches dans différents pays.

Chaque pays fabrique la partie d'un produit pour laquelle il a un avantage comparatif. Cela correspond donc à une division internationale du processus de fabrication communément abrégé en (DIPP).

Prenons un exemple : Pour un simple polo, le coton est fabriqué au Texas, il sera ensuite expédié en Chine où il sera tissé, avant d'arriver en Europe où il sera enfin imprimé selon la demande des consommateurs. On y voit bien la notion d'avantage comparatif que défend Ricardo.

Avec le temps les économistes n'ont cessé d'approfondir les travaux des classiques, c'est ainsi qu'au 20ème siècle on explique encore mieux le commerce international.

1.3.2.3. Le modèle HOS

L'origine du nom que porte ce modèle revient aux économistes qui l'ont fait, tout d'abord, Eli Hecksher (1879-1952) et Bertil Ohlin (1899-1979), deux économistes suédois ont développé un modèle sur le commerce international en 1933. Paul Samuelson (1915-2009), qui lui est un économiste Américain, prix Nobel d'économie en 1970, est venu apporter sa pierre à l'édifice en perfectionnant

¹² Emmanuelle Nyahoho- Pierre-Paul Proulx, « Le commerce international, théories, politiques et perspectives industrielles », Préface de Carl Grenier, Presses de l'université du Québec, 3eme édition, P 99.

ce modèle en 1941. Pour qu'il porte enfin son nom complet « Le modèle HOS » Hecksher Ohlin Samuelson¹³.

a) La loi des proportions des facteurs de production

Dans son optique d'analyse en profondeur, le modèle HOS cherche à comprendre l'origine des avantages comparatifs mis en avant par Ricardo. Les fondateurs de ce modèle nous disent que les avantages comparatifs de chaque pays tiennent dans leurs différences de dotation en facteur de production, qui sont le travail et le capital. Un pays va donc se spécialiser dans la production du bien dont les facteurs de production sont en abondance sur son territoire. En effet, suivant cette logique si ce facteur de production est en abondance sur son territoire les coûts de production seront donc moindres ce qui maximise les gains, les entreprises ont donc tout intérêt à se pencher dessus. Ce qui implique aussi que ces pays-là ont tout intérêt à importer des produits dont les facteurs de production sont rares sur leur territoire. Nous allons mieux comprendre cette théorie avec un exemple concret.

b) Illustration du modèle HOS

L'illustration phare du modèle HOS reste la comparaison entre les situations de l'Australie et de l'Angleterre selon leurs facteurs de production essentielle et donc les terres en abondance pour l'Australie et la main d'œuvre pour l'Angleterre. On notera que chacun des pays manque du facteur de production essentiel de l'autre. Donc selon le modèle HOS l'Australie devra se spécialiser dans une production qui utilise ses terres et qui en revanche ne nécessite pas une grande main d'œuvre tel que l'élevage ou l'agriculture, tandis que l'Angleterre devra maximiser sa main d'œuvre dans une production qui ne nécessite pas beaucoup de terre tel que l'industrie.

1.3.3. Les nouvelles théories du commerce international

Le terme « Nouvelles théories » voit le jour dans les années 1980 et vient supplanter l'approche alors dominante à l'époque, son initiateur le plus connu est Paul Krugman. Cependant dans le fond cette nouveauté reste très relative dans la mesure où elle est juste un prolongement des travaux les plus anciens qui visaient déjà à expliquer les caractéristiques du commerce international contemporain : Les échanges intra branche occupent une place significative dans le commerce international, ainsi il se développe entre des nations au niveau de développement comparable mais aussi et surtout doté de facteurs identiques on prendra l'exemple de l'Allemagne et la France qui forment une paire économique solide.

La théorie traditionnelle ne laisse aucune place aux firmes multinationales et au commerce intra firmes, puisqu'elles estiment que les nations sont les seules à échanger, alors qu'en réalité les échanges

¹³Jean-Louis Mucchielli, « Relations économiques internationales », Hachette, 3ème édition, Paris, 2001, P 62.

entre les FMN et leurs filiales implantées dans les différents pays représentent un tiers du commerce mondial de marchandise.

On peut alors dire que les nouvelles théories se présentent comme étant la concurrence des théories traditionnelles, alors que le modèle HOS défend la concurrence saine et parfaite les nouvelles théories mettent en avant la concurrence imparfaite sous couvert de rendement croissant et différenciation des produits.

1.3.3.1. La théorie de cycle de vie du produit

La notion du cycle international de vie du produit a été préconisée par VERNON en 1999, tout a commencé par l'idée que les nations possèdent des savoirs faire technologiques différents, il tenta alors d'expliquer les causes d'innovation et les modalités de sa diffusion par un même principe détenant de meilleurs compétences technologique, ce qui représente parfaitement le marché des Etats-Unis comparé aux autres pays développés qui avaient la capacité de transformer la technologie en production et qui disposaient selon VERNON d'un vaste et riche marché pour voir lancer son produit¹⁴.

Le modèle de VERNON a permis de mettre en lien l'économie internationale et le commerce international en tenant compte de l'avantage comparatif du facteur technologique par une succession d'étapes inspirée de processus biologique c'est-à-dire « naissance », « croissance », « maturité » et enfin « déclin ». Il s'agit là d'une schématisation simplifiée du processus productif ainsi que des évolutions des ventes d'une firme¹⁵.

Nous allons voir ces différentes phases de plus près :

a) Phase de lancement

Le nouveau produit qui s'est voulu un fort investissement technique et technologique est dans un premier temps vendu dans le pays de l'entreprise innovatrice, en l'occurrence les Etats-Unis en suivant la théorie de VERNON, et cela a un prix élevé.

b) Phase de croissance

Le produit est sur une bonne lancée et fait l'objet d'une forte demande qui ne cesse de croître sur le marché interne, le prix du produit commence alors à baisser avec les économies d'échelle et la standardisation, il commence alors à être exporté vers d'autres pays à revenus élevés ou assez élevés et ouverts à l'innovation.

c) Phase de maturité

Le produit arrive à maturité, de ce fait l'entreprise perd progressivement son avantage technologique et fait face à une forte concurrence d'entreprises étrangères imitatrices. Dans le but de

¹⁴ Meier Olivier, « Entreprises multinationales », Ed, Dunod, Paris, 2005, P 20

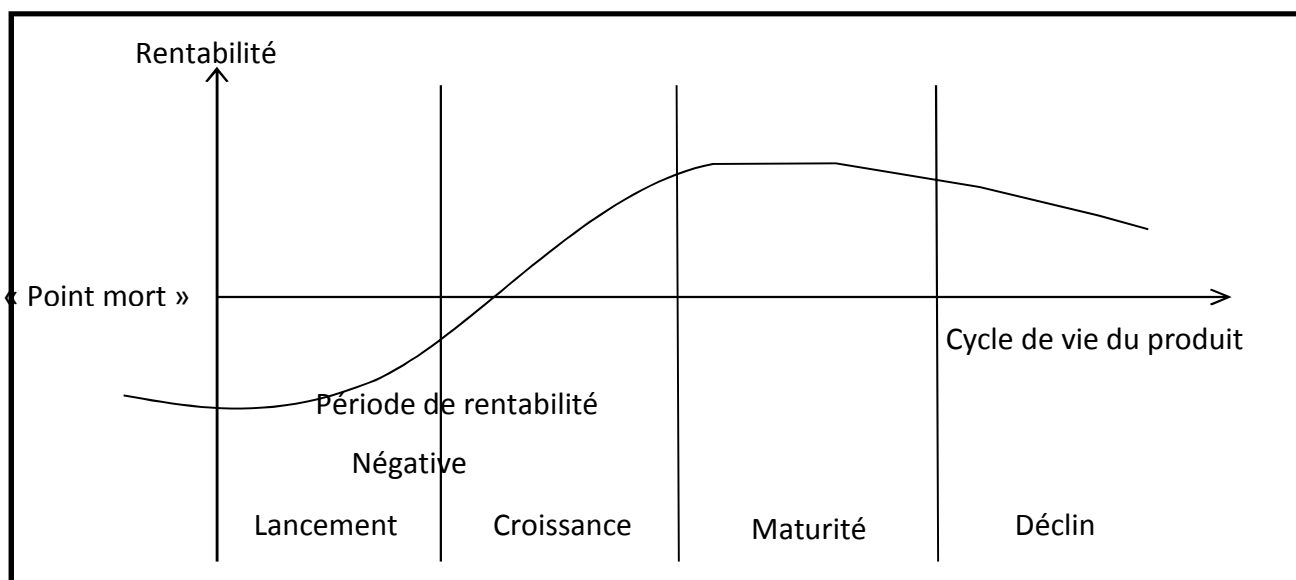
¹⁵ Fenneteau Hervé, « Le cycle de vie des produits », Ed ECONOMICA, Paris, 1988, P 62.

recupérer des parts de marchés, l'entreprise peut adopter une stratégie qui contre la concurrence et ce en se délocalisant pour réduire les couts des facteurs de productions. L'investissement à l'étranger parait alors comme une stratégie défensive qui permet à l'entreprise de perdurer sur ses différents marchés.

d) La phase de déclin

La production est nettement stoppée dans le pays d'origine de l'entreprise innovatrice en raison du déclin de la demande, mais le peu de demande qu'il reste est satisfaite avec des importations en provenance des filiales à l'étranger. On peut alors dire que la production est transférée et se fait uniquement dans les pays moins développés¹⁶.

Figure 01 : La courbe de cycle de vie de VERNON



Source : J. Amelon, J. Cardebat, « Les nouveaux défis de l'internalisation », P.139

1.3.3.2. Rendement d'échelle et économie d'échelle

Les deux concepts sont étroitement liés l'un à l'autre, le terme d'économie d'échelle représente la baisse des couts de production d'un bien suite à l'augmentation des quantités produites. Il faut cependant bien faire la différence entre ces deux notions.

En effet, l'économie d'échelle met en relation le coût de production à l'unité par rapport aux quantités produite par l'entreprise, tandis que le rendement d'échelle permet de mesurer la variation

¹⁶ Amelon J. Cardebat J, « Les nouveaux défis de l'internalisation », 1ere édition, De Boeck, 2010, P.P 138-139

de production en fonction de l'évolution des différents facteurs de production au sein même de l'entreprise¹⁷.

Depuis Alfred Marshall (1842-1924) on peut distinguer deux sortes de rendements (ou économies) d'échelle

a) Les rendements d'échelle internes

Ce sont les actions élaborées et appliquées au sein même de l'entreprise par elle-même, tel que des stratégies marketing, une meilleure division du travail. Les profits de cette opération vont uniquement à l'entreprise.

b) Les rendements d'échelle externes

Ici on emploie le terme externe car ça dépasse l'entreprise, on va plus parler de secteur d'activité, ainsi pour pouvoir bénéficier de coûts de production moindre c'est toute la branche d'activité qui devra augmenter sa quantité de production, ce qui permettra aux fournisseurs d'accorder des facilités de paiement aux différentes entreprises.

Section 02 : Les opérations du commerce international

Dans cette section nous allons aborder de façon détaillée les opérations d'importations et d'exportations qui sont connus comme étant la raison d'être du commerce extérieur, nous débuterons par la définition et l'énumération des types d'importation ensuite nous ferons la même chose pour les exportations.

2.1. Opération d'importation

2.1.1. Définition de l'importation

Une opération d'importation est une opération par laquelle des biens et services produits en dehors du territoire national sont transférés au sein même de ce dernier. Ils servent à combler des besoins nationaux dus au manquement de la production interne voire à l'inexistence même du produit en question ou d'un besoin national d'une réexportation après transformation dans le cas des matières premières par exemple. Leur valeur est fixée selon l'incoterm choisi. L'importation est un complément de ressources pour la production intérieure¹⁸.

2.1.2. Les types d'importation

On notera trois types d'importations qui sont :

¹⁷ Gunther Capelle-Blancard et Mathieu Crozet, « Economies, théories et politiques internationales », Paul Krugman, Maurice Obstfeld, Marc J. Melitz », Pearson France, 11ème édition, P.P 114-152.

¹⁸ Panet-Raymond A, Robichaud D, « Le commerce international, Une approche nord-américaine » édition la chenelière, 2005, P 11.

2.1.2.1. Importation dans le but de l'investissement

Dans ce cas l'entreprise aurait besoin d'ensemble d'appareils et d'accessoires (appareillage électrique) pièces détachées ou encore la rénovation des équipements de maintenance, elle importe donc les produits nécessaires à sa propre production et son développement.

2.1.2.2. Importation des matières premières complémentaires

Il s'agit là d'importation de produits complémentaires qui sont utilisés, dans le but de finaliser les produits d'une entreprise

2.1.2.3. Importation pour le commerce

Ici nous parlons d'importation de produits finis destinés à aller directement au consommateur sans retouche ni finition.

2.2. Opération d'exportation

2.2.1. Définition d'une opération d'exportation

Une opération d'exportation est une opération dans laquelle le pays disposant d'un surplus de production de biens ou de services va chercher à cibler d'autres marchés en allant donc les vendre à d'autres pays en échange d'un rapatriement de devises, elles sont calculées sur la base d'une évaluation de l'incoterm choisi¹⁹.

Les exportations sont un prélèvement de ressources pour la production intérieure.

2.2.2. Les types d'exportation

On constate cinq types d'exportation qui sont :

a) L'exportation directe

Plutôt que de passer par des intermédiaires les acheteurs étrangers traitent directement avec les vendeurs, cette technique permet de faire des bénéfices élevés cependant elle entraîne des investissements et des risques importants.

b) L'exportation indirecte

Le fait d'exporter une partie de sa production est considéré comme le moyen le plus simple pour un fabricant d'avoir accès à un marché étranger. Une modification marginale de sa gamme et de son organisation, de ses investissements et de ses objectifs est nécessaire. L'avantage de cette méthode indirecte est qu'elle requiert moins d'investissements car l'entreprise n'a pas à mettre en place une force de vente à l'étranger²⁰.

¹⁹ M. Darbelet, L. Izard, M. Scaramuzza, "L'essentiel sur le management", FOUCHER, 5ème édition, Paris, 2006, P 464

²⁰ Rouane Rafik, « Le marketing direct international : au service des exportations Algérienne hors hydrocarbures », ENAG, Réghaia, Algérie, P 55

c) L'exportation contrôlée

Dans ce cas l'exportateur a la maîtrise complète de la commercialisation et les risques connexes lui sont aussi pesés. Cette alternative permet à l'entreprise exportatrice une meilleure connaissance du marché et la détention des réseaux de communication à caractère stable et l'exploitation totale des bénéfices qui lui reviennent. Toutefois, l'exportation contrôlée génère des placements financiers de dépôts élevés et exige une expertise notable en matière de processus d'export.

d) L'exportation sous-traitée

Cette alternative se caractérise par des risques limités et des investissements réduits. Elle consiste à avoir recours aux intermédiaires habilités à assurer l'introduction des entreprises exportatrices sur le marché d'export. Néanmoins, cette sous-traitance se distingue par une absence de la maîtrise de la politique commerciale et par un manque d'information, aussi bien quantitatif que qualitatif.

e) L'exportation concertée

Elle consiste à faire des partenariats avec d'autres sociétés d'une même ou différentes nationalités. Cela signifie que les risques, les charges, les ressources, le savoir-faire, les contacts et les activités sont partagés. Toutefois les risques d'entraîner des problèmes de compréhension dus aux différences culturelles et linguistiques sont élevés et la maîtrise de la politique demeure partielle²¹.

2.2.3. Les facteurs relatifs à une opération d'exportation

Lorsqu'une opération d'exportation est effectuée un certain nombre de facteurs doivent être pris en considération, que ça soit lors de l'exportation d'une marchandise ou d'un service.

2.2.3.1. Exportation d'une marchandise

Lors d'une opération d'exportation de marchandise on fait face à certains facteurs.

a) Options relatives au mode transport

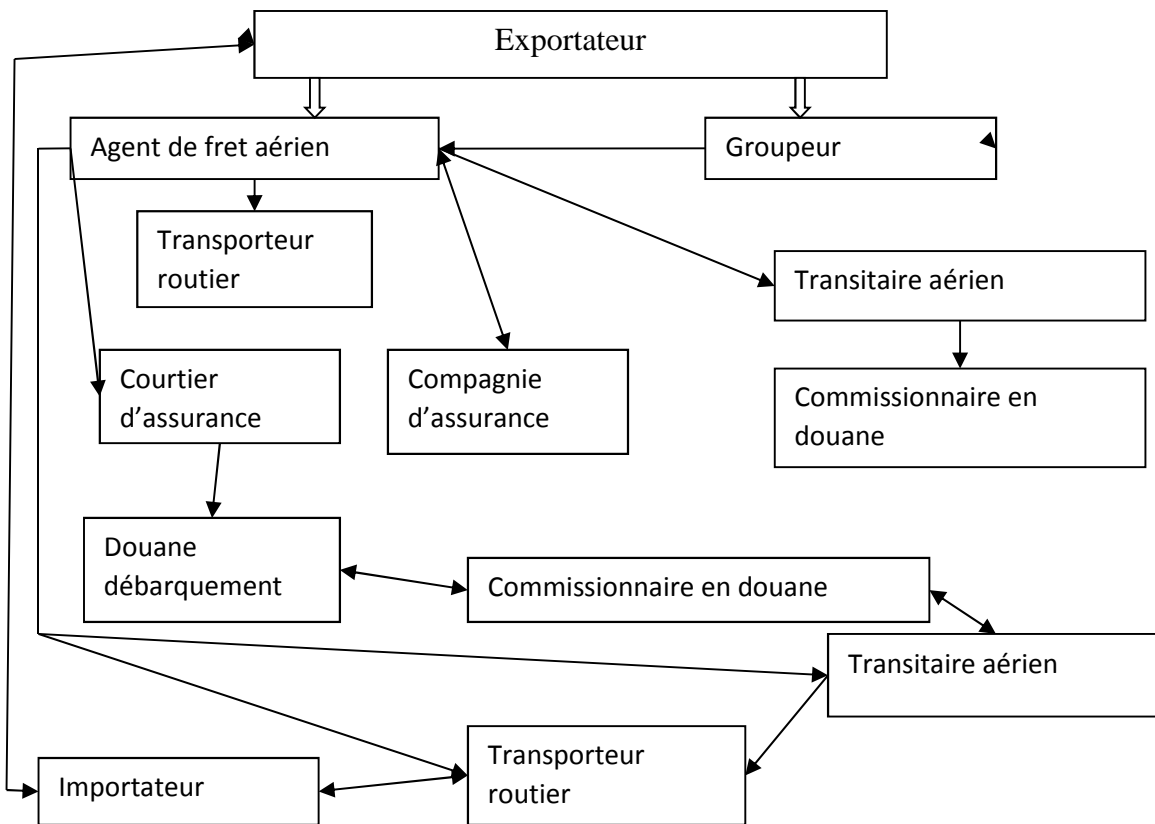
Le mode de transport utilisé lors d'une opération d'exportation est basé selon le type de la marchandise à exporter, de la distance, du coût et du délai de livraison. Quatre modes de transport sont utilisés seul ou bien de façon combinée, alors on trouve

- **Le transport routier :** Ce mode de transport est utilisé généralement afin d'acheminer les marchandises vers un autre mode de transport, il s'agit d'une activité réglementée de transport terrestre, qui s'exerce sur la route utilisant les automobiles, les véhicules utilitaires et les deux-roues.

²¹ Michel GERVAIS, « stratégie de l'entreprise », Ed. ECONOMICA, 5^{ème} édition, 2003, P 216.

- **Le transport ferroviaire** : Très utilisé, le transport ferroviaire est un moyen de transport de choix pour acheminer les marchandises destinées aux marchés outre-mer jusqu'au port maritime, puis pour les transports du port d'arrivée à leur destination finale.
- **Le transport aérien** : Les expéditions par voie aérienne coute souvent plus cher que les autres expéditions par autre voix, cependant ce supplément de cout est compensé par la rapidité de livraison, des frais d'entreposage et d'assurance moins élevés et un meilleur contrôle de stock.

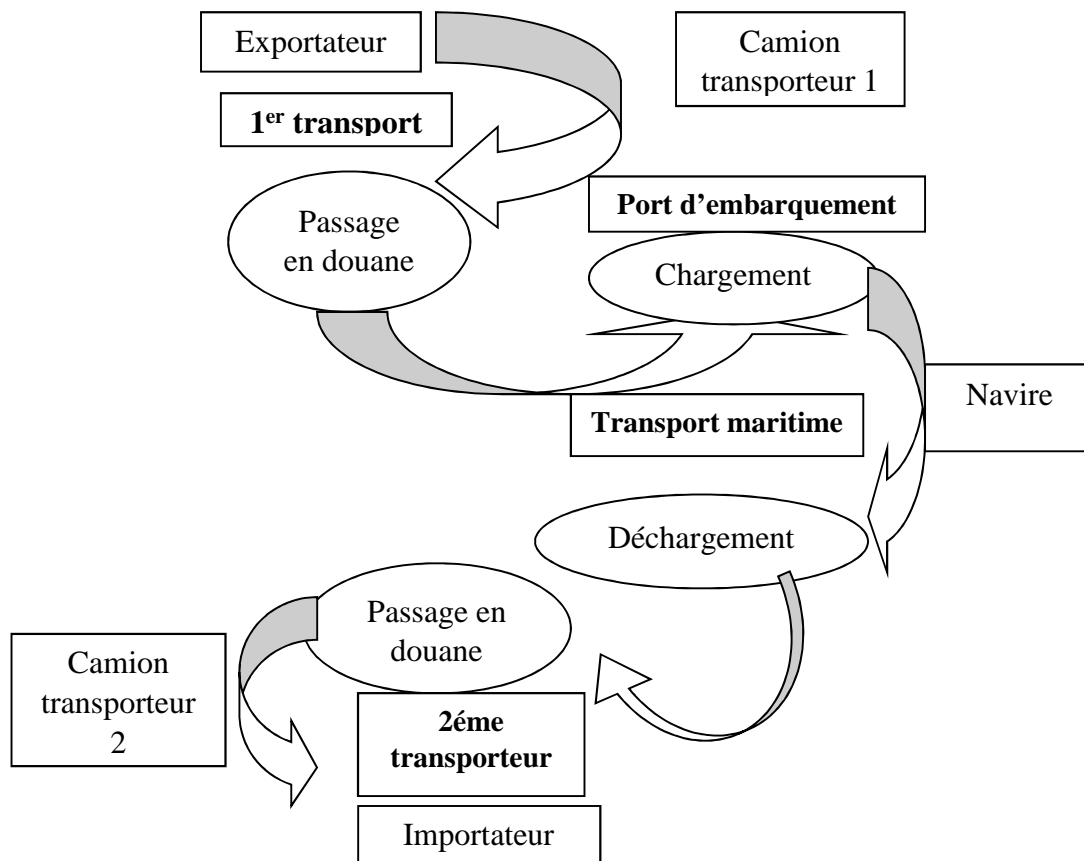
Figure 02 : Expédition par voie aérienne



Source : Rapport du transport aérien, FNAM, Rapport année 2016, édition 2017, P31.

- **Le transport maritime :** Il s'agit de transport de marchandise de grande taille et les marchandises et les produits en vrac pour lesquels le délai de livraison peut être très long et cela via de grands bateaux (cargos polyvalents, navires vraquiers, navires chimiques, navires pétroliers,)²².

Figure 03 : Expédition par voie maritime



Source : « Les ports maritime au cœur de la mondialisation », La documentation française, février 2015

b) Documents d'expédition

Ces documents permettent aux marchandises de franchir la douane, d'être chargées à bord d'un véhicule de transport et d'être acheminées à destination après avoir été préparés par l'exportateur ou par le transitaire. Les principaux documents d'expédition sont les suivants

- Une facture commerciale ;
- Une liste de marquage ou bordereau d'expédition spécial ;
- Un certificat d'assurance ;
- Un certificat d'origine ;

²² Site officiel de la compagnie Qualitair&Sea, Transitaire international.

- Un connaissance (B/L) ;

c) **Emballage, marquage et étiquetage des marchandises**

Afin de permettre l'arrivée des produits chez le client et afin d'éviter toute formalité, tout produit expédier doit être emballé, marqué et étiqueté correctement, autrement les produits seront bloqués aux frontières et n'arriveront jamais à destination.

Il faut donc tenir compte d'un certain nombre d'éléments qui sont :

- Emballer les produits dans des emballages solides et résistants afin de permettre leur arrivée à destination.
- Placer les produits selon leurs nécessités (température, protection nécessaire).
- Choisir le bon emballage selon le mode de transport à utiliser et pour réduire le risque de vol.

Le marquage sert à distinguer les produits des autres. Les indications requises incluent les éléments suivants :

- Le nom de l'acheteur ou autre forme d'identification convenue ;
- Le nom du point ou du port d'entrée dans le pays importateur ;
- Le poids brut et poids net du produit en kilos en livres ;
- Une mention du pays d'origine « Made in CANADA » ;
- Le nombre de caisse ;
- Un bordereau d'expédition, lus dans chaque conteneur, une copie énumérant le contenu.

d) **Assurance fret**

Quel que soit le mode de transport utilisé les marchandises sont exposées à de nombreux risques, c'est pour cela qu'il est fortement recommandé d'avoir une assurance fret car les transporteurs internationaux n'assument pas l'entière responsabilité des marchandises pendant le transport par voie maritime ou aérienne, mais aussi dans bien des cas, les conditions de vente prévoient que les vendeurs doivent assumer la responsabilité de la marchandise jusqu'à son arrivée à destination.

e) **Les incoterms**

International commercial terms sont des termes commerciaux internationaux, élaborés par la CCI (chambre de commerce internationale), ils définissent qui de l'acheteur ou du vendeur devra assumer les risques sur la marchandise, donc ils servent à minimiser les malentendus entre les deux côtés. Ils sont disponibles en plusieurs langues différentes et sont utilisés pour décrire les termes importants employés dans le transport international²³.

²³ Site officiel des incoterms

- **Présentation et classement des incoterms**

EXW : Ex-Works, obligation minimum du vendeur où il se contente de mettre à disposition la marchandise dans ses propres locaux, l'acheteur supporte donc tous les coûts et risques liés à l'acheminement de la marchandise au point de destination désigné.

FCA : On peut dire que le vendeur a rempli son obligation de livraison lorsqu'il aura remis la marchandise dédouanée à l'exportation au transporteur désigné par l'acheteur à l'endroit convenu entre les deux parties. Il paye donc le transport principal et le transfert de frais et risques survient au moment où le transporteur désigné prend en charge la marchandise.

CPT : Ici le vendeur assume les frais du transport jusqu'au port de destination et le refais se fait avec le premier transporteur dans le pays de destination, c'est là que se fait le transfert de risque. Cependant les frais d'assurance sont au compte de l'acheteur.

CIP : Incoterm identique au CPT avec en plus la prise en charge de l'assurance du transport pour le vendeur.

DAP : Le vendeur prend en charge le transport des marchandises jusqu'au point de livraison convenu avec l'acheteur, il assume donc les frais et les risques jusqu'à la livraison finale. Ici l'acheteur n'assume que le déchargement et le dédouanement import.

DPU : Le vendeur s'occupe d'organiser le transport et assume les frais de déchargement au lieu de destination, c'est là que se fait le transfert de responsabilité avec l'entrée en jeu de l'acheteur qui s'occupe des formalités d'importation et des frais de taxes.

DDP : Le vendeur livre la marchandise au point de livraison final, il s'occupe de tout ce qui est frais et risques. On a la obligation maximale pour le vendeur qui s'occupe tout simplement de toutes les procédures.

FAS : Le vendeur prend en charge les frais de livraison jusqu'au port d'embarquement tout en effectuant les formalités d'exportation. Point relais qui marque le transfert de frais, risques et formalités à l'acheteur qui doit donc s'occuper du reste de la procédure. On notera que cet incoterm impose au vendeur le dédouanement du fret à l'exportation.

FOB : Ici le vendeur doit livrer la marchandise sur le navire au port d'embarquement, c'est à ce moment que se fait le transfert de frais, risques et formalités. Cependant le vendeur s'occupe de dédouaner la marchandise.

CFR : Le vendeur s'occupe de livrer la marchandise sur le port de destination, c'est donc là qu'a lieu le transfert de frais, risques et formalités. Le vendeur se sera donc occupés des formalités d'export et se sera acquitté des droits et taxes liés.

CIF : Contrairement au CFR, ici le vendeur s'occupe de charger la marchandise sur le navire au port d'embarquement, le transfert des frais se fait toujours au port de destination, le transfert des risques, lui a lieu au port d'embarquement. Le vendeur s'occupe des formalités d'export et règle les droits et taxes liés, l'acheteur lui, prend en charge les frais à l'arrivée de la marchandise au port de destination et les formalités à l'import qui vont avec²⁴.

- **Classement des incoterms selon l'ordre croissant des obligations du vendeur**

Catégorie E : Obligation minimal pour le vendeur.

Catégorie F : Le vendeur évite les frais du transport principale ainsi que le risque lié à la transaction.

Catégorie C : Le vendeur assume les couts du transport principale sans pour autant faire face aux risques liés à la transaction.

Catégorie D : Le vendeur assume et les couts et les risques du transport principal.

- **Les nouvelles règles incoterms 2020**

Elles se distinguent de celle de 2010 sur les points suivants :

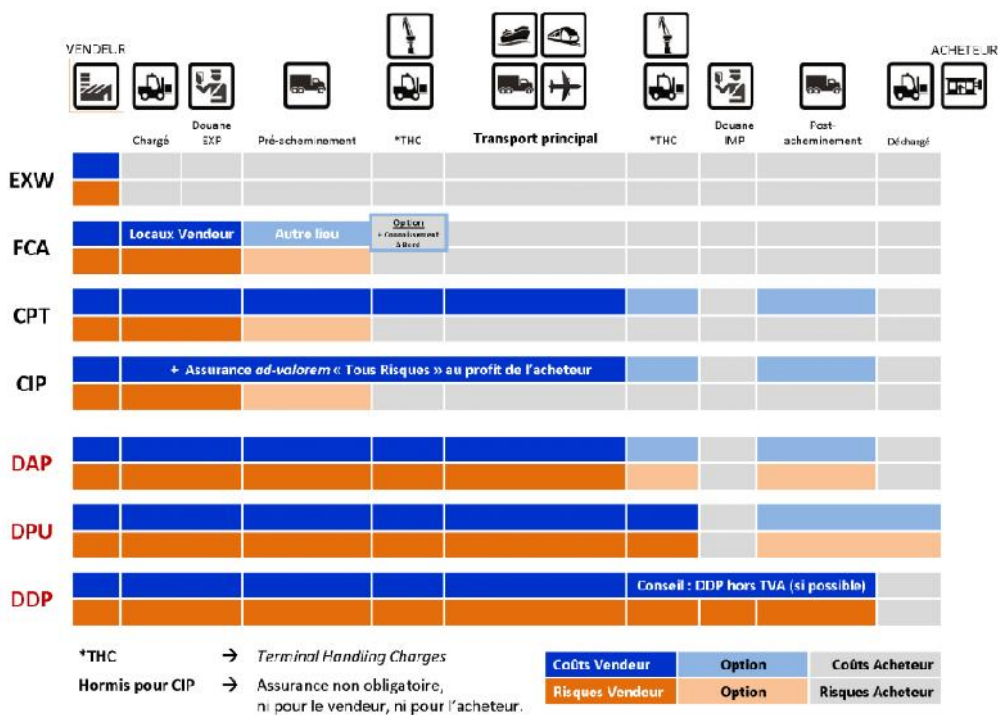
- Connaissance avec mention de mise à bord dans la règle Incoterm® FCA ;
- Mention des coûts là où ils sont listés ;
- Niveaux de couverture assurance différenciés entre CIF et CIP ;
- Organisation du transport avec les propres moyens du vendeur ou de l'acheteur en FCA, DAP, DPU et DDP ;
- Modification des trois lettres acronyme pour DAT devenant DPU ;
- Ajout d'exigences relatives à la sécurité dans les obligations transports et la répartition des coûts²⁵.

Nous allons voir deux figures explicatives du rôle qu'implique chaque incoterm aux acteurs d'une opération d'échange international.

²⁴ Site officiel des incoterms

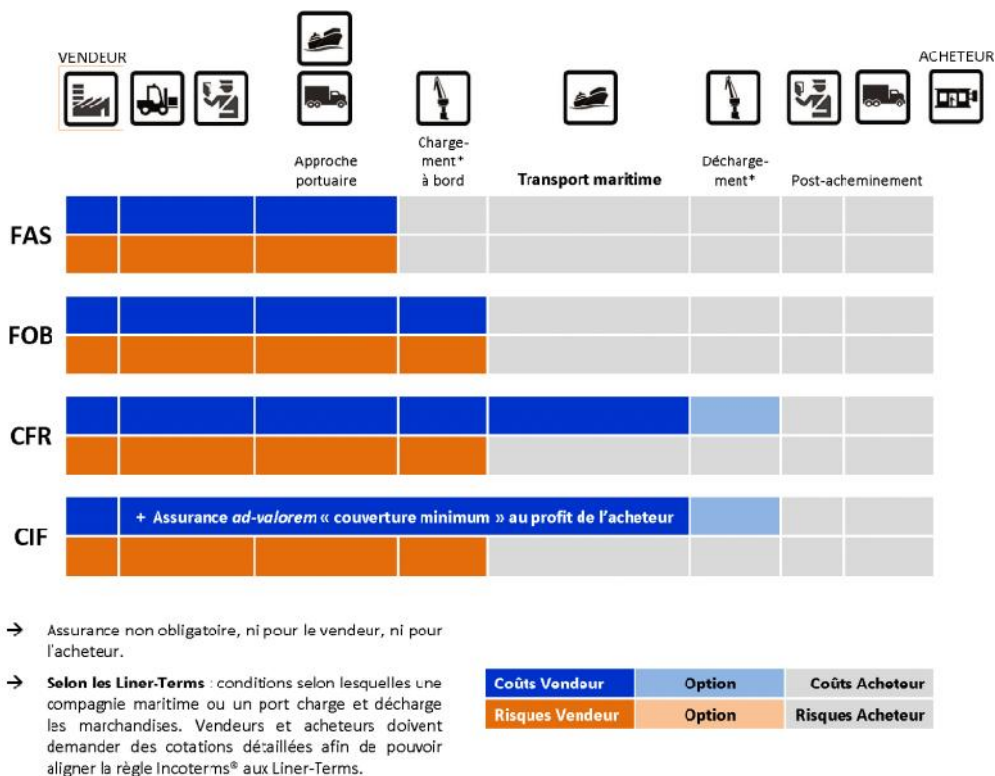
²⁵ Chambre de commerce internationale

Figure 04 : Liste des incoterms multimodaux avec couts et risques des deux parties



Source : Chambre de commerce internationale France

Figure 05 : Liste des incoterms maritimes avec couts et risques des deux parties



Source : La chambre de commerce internationale France

f) Transitaires

Ces entreprises sont spécialisées dans le transport de marchandises du point A au point B. Elles peuvent se charger de tous les aspects logistiques ou simplement d'aider à négocier le tarif des compagnies de navigation, des compagnies aériennes, des entreprises, des courtiers en douane et des sociétés d'assurances.

Nombre de transitaires se spécialisent dans l'expédition vers certains pays, tandis que d'autres se concentrent sur certains types de produits.

g) Courtiers en douanes

Le dédouanement des marchandises, la préparation des documents et du règlement des droits de douane qui s'appliquent à l'exportation des produits sont assurés par les courtiers. Ils peuvent renseigner aussi sur d'éventuels changements tel que les dernières révisions des droits de douane et d'autres changements dans le domaine.

h) Exportation d'un service

Les exigences en termes d'entrée ou de séjour dans un pays se doivent d'être satisfaites lorsqu'il s'agit d'exporter un service, notamment les passeports, les visas d'entrée ou les permis de travail.

Les méthodes utilisées dans une prestation de services sont

- Dans le cas où le fournisseur se rend chez le client ;
- Le client se rend chez le fournisseur (le tourisme en est un exemple) ;
- Création d'un établissement dans le pays étranger ;
- Franchisage ou octroi de License ;
- Prestation électronique de services, comme les affaires électroniques.

Section 03 : Techniques et modes de paiement du commerce international

Une opération de commerce international a pour but de vendre un bien ou un service à l'international afin de permettre la satisfaction du client en échange d'une rémunération et d'un gain au vendeur, des instruments et des moyens de paiement sont mis à la disposition des deux côtés afin de leur faciliter la transaction et de permettre une satisfaction optimale, cela dit dans toute transaction des risques peuvent y existés. Dans cette partie nous allons aborder tous les instruments, les techniques et les risques de paiement liés à une opération de commerce international.

L'instrument de paiement est la forme matérielle qui sert de support au paiement, la technique quant à elle exprime la procédure suivie pour que le paiement puisse être réalisé, elle est donc couplée à l'instrument de paiement.

3.1. Les instruments de paiement utilisés à l'international

Parmi la multitude de possibilités de paiement qu'il y'a entre deux parties qui veulent faire une transaction internationale, un choix doit être fait et ce dernier se négocie entre l'importateur et l'exportateur selon plusieurs facteurs et ce choix doit convenir aux deux parties afin donc de faciliter la transaction²⁶.

3.1.1. Le chèque

C'est un peu l'instrument le plus basique, c'est tout simplement le fait de détenir un compte dans une institution financière et d'avoir le total pouvoir sur ce dernier, ainsi le titulaire du compte peut s'en servir pour régler des transactions à l'international et ce en donnant tout simplement l'ordre à l'institution en question de faire un versement à une tierce personne qui serait le bénéficiaire²⁷.

Il existe deux versions du chèque qu'on va voir ci-dessous :

- **Le chèque d'entreprise** : Il est émis par l'importateur qui est donc le tireur sur une banque qui sera le tiré et qui est appelée au profit de l'exportateur, pour apporter plus de garanties il peut être certifié par la banque qui va opposer sur le chèque un visa qui va attester l'existence de provisions nécessaires sur le compte bancaire lors de son émission et ce jusqu'à l'expiration du délai légal de présentation.
- **Le chèque de banque** : émis par une banque à la demande expresse de l'importateur cela devient donc un engagement direct de paiement.

3.1.2. La lettre de change

La lettre de change est un effet de commerce avec trois intervenants, le tireur qui est l'exportateur, c'est lui qui donne l'ordre de payer, le tiré qui est donc l'importateur et c'est lui qui reçoit la marchandise et enfin le bénéficiaire représenté par la banque de l'exportateur qui reçoit donc l'argent du.

La lettre de change est adressée à l'importateur sans aucun document d'accompagnement ni certificat d'assurance ni facture ou autre, elle n'apporte donc aucune garantie de paiement, ce qui en fait un moyen de paiement pas très utilisé quand les deux parties ne se connaissent pas vraiment. Cependant ce mode de paiement c'est qu'il offre à l'exportateur la possibilité de mobiliser sa créance auprès de son banquier, ce n'est pas pour autant qu'il supprime les risques liés aux paiements, perte et vol²⁸.

²⁶ Legrand Gh et Martini H, « Gestion des opérations import-export », édition Dunod, Paris, 2008, P 107.

²⁷ Grex international, « Les moyens de paiement à l'international », CCI Grenoble.

²⁸ Koening.G, « stratégie concurrentielles », Ed EMS, 1995, P 95.

L'article 390 du code du commerce algérien a précisé les mentions qui doivent obligatoirement apparaître dans la lettre de change, à savoir :

- La dénomination de lettre de change insérée dans le texte même du titre et exprimée dans la langue employée pour la rédaction de ce titre ;
- Le mandat pur et simple de payer une somme déterminée ;
- Le nom de celui qui doit payer (tiré) ;
- L'indication de l'échéance ;
- Celle du lieu où le paiement doit s'effectuer ;
- Le nom de celui auquel ou à l'ordre duquel le paiement doit être fait ;
- L'indication de la date et du lieu où la lettre est créée ;
- La signature de celui qui émet la lettre (tireur)²⁹.

3.1.3. Le billet à ordre

C'est un effet de commerce qui est rarement utilisé sur la scène internationale, c'est tout simplement la promesse de payer une somme à une date convenue entre les deux parties qui est donc l'échéance. A la différence de la lettre de change, le billet à ordre est émis par l'importateur qui est le débiteur, raison qui pousse l'exportateur à opter pour une lettre de change afin d'avoir l'initiative de lancer l'opération lui-même³⁰.

Au terme de l'article 465 du code du commerce algérien le billet à ordre doit contenir :

- La clause à ordre ou la dénomination du titre insérée dans le texte même exprimée dans la langue employée pour la rédaction de ce titre ;
- La promesse pure et simple de payer une somme déterminée ;
- L'indication de l'échéance ;
- Le nom de celui auquel ou l'ordre duquel le paiement doit être fait ;
- L'indication de la date et du lieu où le billet est souscrit ;
- La signature de celui qui émet le titre (souscripteur)³¹.

3.1.4. Le virement

Contrairement aux effets de commerce, le virement est l'instrument le plus utilisé à l'international, il se représente dans une opération de transfert où l'importateur donne l'ordre à son banquier de prélever une somme sur son compte afin de la transférer à l'exportateur et ainsi régler son paiement³².

²⁹ L'article 390 du code du commerce algérien.

³⁰ Grex international, « Les moyens de paiement à l'international », CCI Grenoble

³¹ L'article 465 du code du commerce algérien

³² Koening.G, « stratégie concurrentielles », Ed EMS, 1995, P 95.

Nous allons voir les principaux types de virements :

- Le virement par courrier : L'ordre de virement transit par voie postale, selon la localisation des deux parties de la transaction les délais d'arrivée peuvent être long et cela va donc ralentir l'opération :
- Le virement par SWIFT : C'est un système qui relie les différentes banques et institutions de paiements internationaux, il leur permet d'échanger des fonds de manière rapide et surtout sécurisé dans les quatre coins du globe, et ce grâce à l'utilisation unique d'un code attribué à chaque paiement international. Ce code permet aux deux parties de la transaction de suivre le paiement et donc d'augmenter sa fiabilité :
- Le virement par télex (télégraphique Transfer) : Le virement télégraphique se fait par voie électronique il se fait virtuellement et en temps réel, en un laps de temps très court et surtout il permet le mouvement de fonds en toute sécurité³³.

3.2. Les techniques de paiements

Outre les instruments de paiements, plusieurs techniques sont mises à la disposition de l'importateur, afin de choisir la plus convenable, différents éléments sont pris en compte parmi eux la sécurité, la garantie de paiement qu'ils procurent, mais aussi la réglementation du pays partenaire qui est aussi prise en compte.

3.2.1. L'encaissement simple

L'encaissement simple vise un encaissement de documents financiers (le plus souvent une traite) par la banque du vendeur l'exportateur envoie directement à son acheteur tous les documents représentatifs des marchandises expédiées (factures, documents de transport ou titres représentant le droit de propriété sur les marchandises) en tirant une traite à vue sur lui qu'il remet à son banquier pour encaissement. Par cette procédure, l'acheteur paie généralement directement l'exportateur sans attendre la réception des marchandises³⁴.

3.2.2. Le paiement à la commande

Un paiement à la commande correspond à un paiement anticipé. Ce mode de paiement suppose de la part de l'acheteur une confiance absolue à l'égard de son fournisseur étranger car il lui paye une marchandise qu'il n'a pas encore reçue et qui peut-être n'est même pas encore fabriquée.

Pour l'exportateur, il s'agit de la technique de paiement la plus simple et la plus sûre (le risque d'impayé est quasi inexistant), mais il s'agit d'une des plus mauvaises d'un point de vue commercial

³³ Legrand Gh et Martini H, « Gestion des opérations import-export », édition Dunod, Paris, 2008, P 317.

³⁴ Koenig.G, « stratégie concurrentielles », Ed EMS, 1995, P 131.

et des plus difficiles à faire accepter par l'acheteur. Elle s'opère en effet complètement au détriment des intérêts de l'importateur qui supporte tout le poids financier de l'opération. De plus, elle est souvent traduite par ce dernier comme un sentiment de méfiance de l'exportateur à son égard.

3.2.3. Le paiement à la facturation

L'exportateur envoie une facture commerciale à son client. Celle-ci peut être payable à vue ou à échéance avec un des instruments de paiement. C'est le client qui garde l'initiative du règlement. Cette technique est donc souvent à déconseiller car l'exportateur ne conserve pas la maîtrise du paiement, sauf s'il adjoint à sa facture une lettre de change.

3.2.4. Le paiement ex-usine

Certains industriels exigent que les marchandises soient payées dès qu'elles sont prêtes pour expédition. Ils veulent de la sorte évitée que les paiements de leurs marchandises soient tributaires des dates de départ des transports et de leurs durées. L'acheteur doit donc payer les marchandises dès leur sortie d'usine et s'occuper de leur acheminement.

3.2.5. Le contre-remboursement

Cette technique donne au transporteur final de la marchandise un mandat d'intermédiaire financier. Il ne livrera la marchandise que contre remise par l'importateur d'un chèque ou d'une lettre de change. Cette technique s'utilise pour des opérations de faibles montants. Le règlement peut s'effectuer au comptant, par chèque ou par acceptation de lettre de change.

3.2.6. La remise documentaire

La remise documentaire (ou encaissement documentaire) est une opération par laquelle un exportateur mandate sa banque de recueillir, selon ses indications, une somme due ou l'acceptation d'un effet de commerce par un acheteur contre remise de documents représentatifs de la marchandise (factures, documents de transport, titres de propriété...), Ainsi, le vendeur fait établir les documents de transport à l'ordre d'une banque. Cette banque doit remettre les documents commerciaux et de transport à l'importateur via le réseau bancaire. La banque de l'importateur sera chargée de ne remettre les documents originaux à celui – ci que contre paiement ou acceptation d'effets de commerce³⁵.

Le gouvernement algérien a rétabli avec loi de finances de 2014, la remise documentaire comme second moyen de paiement des importations, avec le crédit documentaire. L'article 81 de la loi de finances 2014 stipule en effet que « les importations destinées à la revente en l'état ne peuvent s'effectuer qu'au moyen du crédit documentaire ou de la remise documentaire »³⁶. Cette disposition

³⁵ Gavalda et Soufflet, « Instruments de paiement et de crédit », Litec, 5^e édition, 2003.

³⁶ Loi des finances, article 81.

vient modifier l'article 69 de la loi de finances complémentaire de 2009 qui consacrait le crédit documentaire comme seul moyen de paiement des importations.

3.2.7. Le crédit documentaire

Selon l'article 720 du code de commerce, le crédit documentaire est : « un crédit ouvert par une banque à la demande d'un donneur d'ordre en faveur d'un correspondant de celui-ci et garanti par la possession de documents destinés à être transportés »³⁷. Cette définition peut être complétée par celle fournie par l'article 2 des règles et usances uniformes de la chambre de commerce internationale selon laquelle le crédit documentaire est « l'arrangement quelle qu'en soit la dénomination ou la description en vertu duquel une banque (la banque émettrice) agissant à la demande et sur instructions d'un client (le donneur d'ordre) ou pour son propre compte est tenue d'effectuer un paiement à un tiers (le bénéficiaire) ou à son ordre ou d'accepter et payer des effets de commerce (traites) tirés par le bénéficiaire ou autorise une autre banque à effectuer le dit paiement ou à accepter et payer les dits effets de commerce (traites) ou autorise une autre banque à négocier contre remise des documents stipulés pour autant que les termes et conditions de crédit soient respectés »³⁸.

- **Les intervenants**

La réalisation d'un crédit documentaire fait intervenir plusieurs acteurs.

L'absence d'un seul de ces intervenants rend impossible la réalisation voire le déroulement du crédit documentaire. Il s'agit du donneur d'ordre, du bénéficiaire, de la banque émettrice, de la banque notificatrice et enfin de la banque confirmatrice.

- a) Le client donneur d'ordre**

Après la négociation d'un contrat commercial avec le fournisseur étranger, l'importateur donne à sa banque des instructions d'ouverture d'un crédit documentaire en faveur de son fournisseur en précisant les documents qu'il souhaite avoir.

- b) Le bénéficiaire**

Il s'agit de l'exportateur qui reçoit le crédit documentaire par l'intermédiaire de sa banque. Il est chargé d'expédier la marchandise et de remettre les documents à sa banque.

- c) La banque émettrice**

Il s'agit en fait de la banque de l'acheteur, qui après avoir reçu des instructions de son client, émet le crédit documentaire, c'est-à-dire procède à son ouverture.

³⁷ Code du commerce, article 720.

³⁸ Gavalda et Soufflet, « Instruments de paiement et de crédit », Litec, 5^e édition, 2003, P.P 87-89

d) La banque confirmatrice

C'est la banque correspondante de la banque émettrice. Elle va notifier au vendeur l'ouverture du crédit documentaire en sa faveur.

• Typologie des crédits documentaires

Nous avons plusieurs types de crédits documentaires

a) Le crédit documentaire révocable

Le crédit documentaire révocable est émis en faveur du bénéficiaire sur instruction du donneur d'ordre, il peut être amendé, révoqué, ou encore annulé. Il présente donc les risques inhérents à sa possibilité d'annulation alors que les marchandises peuvent, par exemple être encore en cours de livraison.

b) Le crédit documentaire irrévocable

Le crédit documentaire irrévocable est une des formes les plus répandues du crédit documentaire, C'est donc un engagement écrit pris par l'intermédiaire des banques respectives de l'importateur et de l'exportateur, à la fois de livrer la marchandise à l'importateur, et également de la payer à l'exportateur. En cas de non-paiement seule la banque de l'importateur s'engage à payer l'exportateur.

c) Le crédit documentaire irrévocable et confirmé

Il offre une double garantie à l'exportateur, celle de la banque émettrice et celle d'une banque de son propre pays ou d'une grande banque internationale (la banque confirmatrice), qui ajoute sa confirmation, son engagement irrévocable de payer. Soit le donneur d'ordre, quand il demande l'ouverture du crédit documentaire, demande également sa confirmation à la banque confirmatrice qui devient dans ce cas, si elle accepte, la banque confirmatrice. Soit le vendeur, s'il le juge nécessaire, demande la confirmation du crédit à une banque de son choix (généralement sa propre banque) et paie les frais de confirmation.

De ce fait, tous les risques d'impayé sont couverts et l'exportateur bénéficie d'une garantie totale, sous réserve qu'il remplisse ses obligations³⁹.

3.2.8. La lettre de crédit stand-by (LCSB)

La Lettre de Crédit Stand BY (LCSB) s'impose de plus en plus dans les opérations de Commerce International.

C'est l'engagement irrévocable pris par une banque de payer un bénéficiaire, en cas de défaillance du donneur d'ordre (l'acheteur). Comme toute garantie, la LCSB n'a pas pour vocation d'être appelée. Elle est mise en jeu, uniquement en cas de défaut de paiement. Le bénéficiaire devra alors

³⁹ Gavalda et Soufflet, « Instruments de paiement et de crédit », Litec, 5^e édition, 2003, P.P 87-89

produire les documents prévus lors de son ouverture (copie de facture impayée, document de transport, etc...).

Malgré les points qu'elle a avec le crédit documentaire, ces deux techniques de paiement ne doivent pas être confondues car elles ne jouent pas les mêmes rôles. En effet, la lettre de crédit stand-by, si elle est bien une technique de protection contre le risque de non-paiement, ne constitue pas un mécanisme de paiement.

3.2.8.1. Les crédits mis en disposition

Divers techniques et supports de financement sont mis à la disposition des entreprises cherchant à optimiser leurs moyens de financement. La recherche des moyens de financement adaptés aux besoins de l'importateur est le facteur déterminant pour pouvoir réaliser une opération commerciale internationale dans de meilleures conditions.

Chacune de ces techniques répond à une situation particulière qu'il faut bien identifier.

Nous allons présenter dans cette section les différents types de crédit qu'un importateur peut accéder afin de financer une opération d'importation, et qui sont généralement définis par le règlement n°13-01 du 08 avril 2013 fixant les règles générales en matière de conditions de banque applicables aux opérations de banque⁴⁰.

Ces crédits peuvent prendre la forme de crédits des engagements par signature ou des crédits par décaissement.

a) Un engagement par signature

Un engagement par signature est un engagement donné par une banque sous la forme d'une caution ou d'un aval pour le compte d'un client (son débiteur) dans le cas où celui-ci s'avérerait défaillant. Ce type de crédit n'occasionne pas un décaissement immédiat et nécessite seulement la signature et la garantie de la banque.

L'engagement par signature d'une banque peut être de différentes sortes.

b) Les crédits spécifiques à l'importation

- Le crédit acheteur

Le crédit acheteur repose sur deux contrats autonomes : le contrat commercial et le contrat de crédit.

Le contrat commercial est conclu entre l'exportateur étranger et l'importateur algérien ; il a pour but de définir les obligations respectives des deux parties.

⁴⁰ Règlement n°13-01 du 08 avril 2013 fixant les règles générales en matière de conditions de banques applicable aux opérations de banque.

Le contrat de crédit est signé entre la banque du fournisseur qui prête et l'importateur qui emprunte. La banque s'engage à payer le fournisseur étranger tandis que l'importateur accepte de rembourser les sommes réglées au fournisseur selon des modalités précisées dans le contrat (période de remboursement, taux, durée, garanties...).

- **Le Financement en devises importation**

Le financement en devise permet à l'importateur de financer le besoin de trésorerie occasionné par le décalage entre le paiement de l'importation et l'encaissement du produit de sa vente.

Le déblocage de ce crédit doit se faire directement en faveur du fournisseur étranger. Pour pouvoir bénéficier de ce prêt, le client doit présenter des documents justificatifs de l'importation en question avec indication de la banque domiciliataire.

Conclusion

Depuis l'époque des théories classiques les théoriciens ne cessent d'encourager le commerce international avec une grande vague de critiques au début mais le temps a fini par leur donner raison, l'expansion qu'a pris et que continue de prendre le commerce international encourage les entreprises à entreprendre des stratégies de plus en plus élaborées avec des technologies toujours à la pointe pour faire face à la concurrence provoquée par le libre-échange.

En effet, l'ouverture des frontières augmente la diversité des produits ce qui implique une forte concurrence pour les entreprises productrices mais surtout une baisse des prix pour les consommateurs, le libre-échange permet aussi la libre circulation des idées et des connaissances ce qui profite à plusieurs pays pour augmenter leurs productivités.

Lors d'une opération d'importation ou d'exportation l'entreprise fait face à une série de procédures à suivre, une documentation à préparer, une négociation à entreprendre avec l'autre partie en tenant compte des incoterms mis en place pour faciliter l'opération.

Enfin, il y'a plusieurs instruments, de techniques de paiements utilisé pour mieux gérer les risques et les contraintes du terrain pour ainsi réussir une bonne opération.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

L'économie mondiale a connu plusieurs changements et évolutions à travers le temps. Le commerce qui était autrefois un échange national s'est transformé en un commerce mondial qui résulte des échanges commerciaux entre les pays.

Après la révolution industrielle, les progrès techniques ont permis l'amélioration des moyens de communications et de transport. Le commerce mondial a connu un nouvel essor, « ainsi entre 1720 et 1971, le volume du commerce international a été multiplié par 460, soit une croissance moyenne de 2,7 pour cent par an »⁴¹.

Après son indépendance le 05 juillet 1962, la première tâche de l'Algérie en termes de commerce et d'économie fut de rompre avec l'organisation sociale et économique et inégalitaire du régime colonial. Chose qui n'était pas simple car il fallait consolider l'Etat pour lui donner les moyens de procéder à une amélioration économique, dans ce cas il fallait nationaliser les entreprises industrielles ainsi que le secteur bancaire, créer une monnaie nationale, établir un contrôle des changes et du commerce extérieur.

L'économie algérienne a connu deux grandes phases depuis l'indépendance à nos jours, la première depuis l'indépendance jusqu'à la fin des années 80, l'économie algérienne a connu une période de construction du marché national. Cette période est caractérisée par une phase de contrôle et de monopole de la part de l'Etat algérien sur le commerce extérieur. Dès 1966, l'économie algérienne prenait une nouvelle direction, avec pour préoccupation essentielle de mettre un terme à la désarticulation de l'économie et à sa domination par les intérêts étrangers inhérents au passé colonial du pays⁴². Puis au début des années 1990 à nos jours l'Algérie a adopté un modèle capitaliste de développement basé sur la mondialisation et l'ouverture du commerce extérieur algérien. Cette étape a connu un échec de la politique de promotion des exportations et accélération de la dépendance extérieure.

L'intégration au commerce mondial fut affirmée comme moyen de sortir de la dépendance des hydrocarbures et d'améliorer le niveau de vie des populations. L'accord d'association avec l'UE et l'accession à l'OMC constituent des priorités. Le Programme de soutien à la relance économique (PSRE) 2001-2004 contenait des réformes concernant le tarif douanier en vue de promouvoir l'ouverture totale du commerce extérieur.

Les hydrocarbures sont connus comme étant les produits phares de l'économie algérienne, suivis en seconde place par les produits agroalimentaires. Le but de l'Etat algérien étant d'arriver à produire

⁴¹ CNUCED, Rapport sur le commerce et le développement, Genève, 1998. P4.

⁴² « Guide investir en Algérie », KPMG, Algérie, 2011, P30.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

assez afin de satisfaire les besoins élémentaires, et ne plus être dépendant des produits étrangers dont la facture est extrêmement lourde, mais aussi l'objectif de devenir exportateur.

Dans ce deuxième chapitre intitulé « L'évolution du commerce international en Algérie » nous avons élaboré trois sections. D'abord, l'évolution du commerce extérieur en Algérie depuis l'indépendance, puis le rôle de l'exportation des produits hors-hydrocarbures en Algérie. Enfin nous parlerons de l'apport de l'exportation des produits agroalimentaires dans le commerce international et dans l'économie algérienne.

Section 01 : Evolution historique du commerce extérieur en Algérie

Le commerce extérieur en Algérie a connu de nombreux changements et évolutions. Ce dernier qui était constitué d'échanges de produits hydrocarbures avec la France est devenue avec le temps un commerce plus diversifié.

La libéralisation du commerce extérieur en Algérie et son ouverture économique furent accentués par le fait que l'Algérie soit un point de jonction liant à la fois l'Europe développée à l'Afrique, ainsi que les pays de l'UMA (Union du Maghreb Arabe).

Dans cette section nous allons voir l'évolution du commerce extérieur en Algérie à travers différentes périodes :

1.1. Evolution du commerce extérieur en Algérie

Depuis son indépendance, le gouvernement Algérien a adopté différentes stratégies par rapport à son commerce extérieur, nous allons suivre l'évolution de ce dernier depuis l'indépendance à nos jours.

1.1.1. Depuis l'indépendance jusqu'au milieu des années 1980

Phase du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, une phase où l'Etat algérien a mis en place une économie socialiste où le secteur public était prédominant et prioritaire, le commerce extérieur y compris, étant stratégique l'Etat a instauré une politique visant à limiter les échanges commerciaux et s'est concentrée sur l'application d'un système de contrôle sur toutes les opérations du commerce extérieur et son organisation ainsi que l'instauration d'une politique tarifaire rigoureuse.

Par décret du 16 mai 1963⁴³, un cadre réglementaire de contingentement pour l'importation des marchandises a été définie, en déterminant les produits devant faire l'objet d'une réglementation spéciale d'une part, et les produits qui sont soumis aux licences d'importation d'autre part, dans le but de protéger la production nationale et de favoriser l'équilibre de la balance des paiements.

⁴³ Site officiel du ministère du commerce, bilan des actions du secteur du commerce réalisé durant la période 1962-2012 P 3.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Les exportations des hydrocarbures ont connu une croissance exponentielle durant cette période qui occupent une place importante dans le produit intérieur brut (PIB) et dans l'investissement global et l'importation des biens d'équipements et de consommation. Afin d'encourager la production locale, une politique réglementaire fut créée qui a pour but de fixer à l'avance la quantité des marchandises importés ; mais cette politique n'était pas sans conséquences car elle ne facilitait pas l'importation aux entreprises privées nationales et bloquait totalement l'accès de ces dernières au commerce extérieur.

Le programme général d'importation (PGI) fut instauré à partir de 1974, ce programme avait pour but la libéralisation du commerce d'exportation qui fixait les conditions d'exportation et de réexportation des marchandises réalisées à partir du territoire douanier national⁴⁴. Quant aux importations de biens, elles sont réalisées sous le couvert des autorisations globales d'importations (AGI) pour les opérations du secteur public. Quant au secteur privé il s'agissait de licences d'importation, ces opérations d'importation étaient délivrées par le ministère du commerce et la liberté des importations et la liberté d'importation était octroyée par la chambre nationale du commerce.

En 1978, l'Etat détenait le monopole du commerce extérieur, les importations et exportations de biens, fournitures et services de toutes natures sont du ressort de l'Etat.

1.1.2. Les années 1990 et l'ouverture de l'Algérie au commerce extérieur

L'instauration de la liberté des prix, la suppression du monopole du commerce extérieur et l'ouverture du capital de certaines entreprises publiques aux actionnaires privés furent les premières réformes dans lesquelles l'Algérie s'est lancée afin de mettre en place les mécanismes d'une économie de marché. Cette période a marqué un tournant dans la politique commerciale, rapprochant l'Algérie des institutions internationales et formulant un plan d'ajustement structurel mis en œuvre par le Fonds monétaire international. Ce programme a permis le rétablissement des équilibres macroéconomiques, l'amélioration des performances en termes de croissance du produit intérieur brut et le développement du secteur privé qui devient plus dynamique. La loi de finance complémentaire de 1990⁴⁵ fut l'une des clés phare de cette période, qui évoquait de nouvelles mesures afin d'instaurer la démonopolisation du commerce extérieur et instaurer les modalités de financement du crédit documentaire.

Le programme de libéralisation du commerce extérieur mis en place depuis 1994 s'appuie sur :

- Toutes les restrictions à l'exportation se verront éliminées en dehors des quelques exceptions visant à protéger le patrimoine artistique, archéologique ou historique de l'Etat ;
- Le principe général de liberté d'importation pour tous les opérateurs économiques ;

⁴⁴ Site officiel du ministère du commerce, bilan des actions du secteur du commerce réalisé durant la période 1962-2012 P 3.

⁴⁵ Journal officiel de la république algérienne et démocratique et populaire, LOI N° 90-16 AOUT 1990 portant la loi de finance complémentaire pour 1990, P 950.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

- La continuité du monopole de l'Etat sur les exportations hors hydrocarbures et des produits mines.

Les pouvoirs publics ont adopté une nouvelle démarche visant la promotion des exportations hors hydrocarbures et cela afin de ne pas dépendre exclusivement des hydrocarbures qui représentent plus de 97% des recettes en devises du pays.

De son côté, la banque d'Algérie a publié en 1990 trois règlements n° 90/02 du 08/09/1990, 91/12 du 14/08/1991 et 91/13 du 14/08/1991, portant exclusivement sur les conditions d'ouverture et de fonctionnement des comptes devises des personnes morales, sur la domiciliation des importations ainsi que la réglementation du financement des opérations d'exportations hors hydrocarbures. Mais aussi l'autorisation de l'installation des firmes étrangères ou nationales par la loi 90-16, par la circulaire 63 du 20 août 1990 et par le règlement 90-04 de la banque d'Algérie⁴⁶.

Le vrai « lancement » du commerce extérieur se fait à l'aube des années 2000 avec une multitude de décisions prises en interne, c'est l'ordonnance du 03-04 du 19 juillet 2003, relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation et d'exportation, en énonçant enfin explicitement que les opérations d'importation et d'exportation se réalisent librement, le changement est officiellement enclenché.

1.1.3. Développement du commerce extérieur en Algérie depuis les années 2000

Après l'annonce explicite de la libéralisation du commerce extérieur en Algérie, le gouvernement cherche à développer ce domaine et pendant les années 2000 cela se manifeste par la signature d'une multitude d'accords d'échanges commerciaux avec différentes zones.

1.2. Les accords de libre-échange

1.2.1. L'accord de l'Algérie avec la grande zone arabe de libre-échange (GZALE)

Dans le cadre du développement des échanges commerciaux entre les pays arabes, le Conseil Economique et Social de la Ligue des Etats Arabes (C.E.S), a décidé en date du 22 Février 1978, d'élaborer une convention pour la facilitation des échanges commerciaux entre les pays arabes. Cette convention a été adoptée à Tunis le 10 Février 1981. Elle a pour objectif la libéralisation des échanges commerciaux entre les pays arabes et la facilitation des services liés au commerce.

Le décret présidentiel n°223 portant ratification de l'Algérie de la Convention de Facilitation et de Développement des Échanges Commerciaux entre les pays Arabes fut promulgué au mois d'août 2004. L'Algérie a déposé le dossier d'adhésion à la GZALE auprès du Secrétariat Général de la Ligue

⁴⁶ SEBTI F, « Sur l'origine des réformes économiques en Algérie et en Europe de l'Est. Une étude comparative », Université Mentouri, Constantine, ALGERIE, 1999, P 12.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Arabe le 31 décembre 2008. Après l'engagement officiel pris par le Gouvernement algérien d'appliquer le programme exécutif de cette zone, les échanges commerciaux entre l'Algérie et les pays arabes membres de la GZALE ont commencé à bénéficier de la franchise totale à partir du 01 janvier 2009.

La GZALE prévoit une suppression totale des droits de douanes entre les pays signataires de l'accord. La mise en place de cet espace vise à dynamiser et à contribuer à l'augmentation des échanges commerciaux entre les pays signataires pour ainsi développer les pays arabes⁴⁷.

1.2.2. L'accord de libre-échange avec la Jordanie

La convention de coopération commerciale entre l'Algérie et la Jordanie portant sur le libre-échange a été signée le 19/05/1997 à Alger. Elle a été ratifiée par le décret présidentiel n°98/252 du 08/08/1998. Cette convention est entrée en vigueur le 31/01/1999, elle vient ainsi favoriser les échanges de marchandises entre les deux pays en apportant son lot de facilitations⁴⁸.

Les exportations algériennes vers la Jordanie sont exonérées des droits de douane, des taxes et d'impôts. De même pour les produits d'origine jordanienne, à leur entrée en Algérie, qui sont aussi exonérés des droits de douanes, à l'exception des produits cités sur la liste annexée à la convention, afin de sauvegarder la morale, la sécurité et l'ordre publics, la santé des personnes ou la protection de la flore, de l'environnement. Les produits d'origine algérienne exportés directement vers la Jordanie doivent être accompagnés d'un certificat d'origine, délivré par la chambre algérienne de commerce et d'industrie⁴⁹.

Dans cette convention signée entre les deux pays le produit d'origine se définit comme étant un produit entièrement obtenu dans ce pays ou qui y ont subi la dernière transformation ou ouvraison substantielle, économiquement justifiée, dans une entreprise équipée à cet effet, de sorte que cette opération aboutisse à un produit nouveau ou constitue un stade de fabrication important. L'article 14 du code des douanes algérien, définit l'origine ainsi : " Le pays d'origine d'une marchandise est celui où elle a été extraite du sous-sol, récoltée ou fabriquée "⁵⁰.

1.2.3. L'accord de partenariat en l'Algérie et l'Union Européenne

L'Accord d'association signé à Valence (Espagne) en avril 2002, ne se limite pas uniquement à la création d'une zone de libre-échange mais intègre aussi bien les aspects économiques (volet

⁴⁷ Site officiel du ministère du commerce.

⁴⁸ Site officiel de la douane Algérienne.

⁴⁹ Idem.

⁵⁰ Code des douanes Algérienne.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

commercial, coopération économique et financière, flux d'investissement) que les dimensions politiques, sociales et culturelles nécessaires pour un développement durable⁵¹.

L'Accord d'association est entré en vigueur le 1er septembre 2005 bien qu'il fut ratifié par décret présidentiel n° 05/159 du 27/04/2005., et sa mise en œuvre n'a rencontré aucune difficulté majeure en raison de la bonne préparation par le gouvernement de ce dossier à travers la mise en place d'un Comité permanent chargé de la préparation et du suivi de la mise en œuvre de cet accord (piloté par le Ministère des Affaires Étrangères), en date du 30 Décembre 2004 ; d'une Commission technique chargée du suivi de la mise en œuvre de la zone de libre-échange prévue dans ce cadre (présidée par la CACI), en date du 23 Août 2005⁵².

Cet Accord s'inscrit dans le contexte du processus de Barcelone initié par l'Union Européenne pour développer les relations de coopération avec les pays Sud Méditerranéens tout en visant la mise en place à long terme d'une « zone de prospérité partagée ».

Ce partenariat est important car c'est avec l'UE que l'Algérie réalise près de 60 % de son commerce extérieur et la mise en place d'une zone de libre-échange entre les deux parties viendrait renforcer un commerce déjà bien prospère entre eux, ce qui permettrait à l'Algérie de diversifier ses exportations.

Dans le point 02 de l'article 01 de l'accord signé entre les deux parties sont notés les objectifs de ce dernier qui sont donc :

- Fournir un cadre approprié au dialogue politique entre les parties afin de permettre le renforcement de leurs relations et de leur coopération dans tous les domaines qu'elles estimeront pertinents ;
- Développer les échanges, assurer l'essor de relations économiques et sociales équilibrées entre les parties, et fixer les conditions de la libéralisation progressive des échanges de biens, de services et de capitaux ;
- Favoriser les échanges humains, notamment dans le cadre des procédures administratives.
- Encourager l'intégration maghrébine en favorisant les échanges et la coopération au sein de l'ensemble maghrébin et entre celui-ci et la Communauté européenne et ses Etats membres ;
- Promouvoir la coopération dans les domaines économique, social, culturel et financier⁵³.

1.2.4. Accord commercial préférentiel Algéro-Tunisien

Dans le cadre de la mise en œuvre de l'Accord Commercial Préférentiel Algéro-Tunisien entrée en vigueur le 1er Mars 2014. Il fut ratifié par le décret Présidentiel N°10-12 du 11 janvier 2010. Ainsi,

⁵¹ Site officiel du ministère du commerce et de la promotion des exportations.

⁵² Site officiel du ministère du commerce et de la promotion des exportations.

⁵³ Document de l'accord Euro-Méditerranéen établissant une association entre la république démocratique Algérienne et populaire d'une part et la communauté européenne et ses états membres d'autre part.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

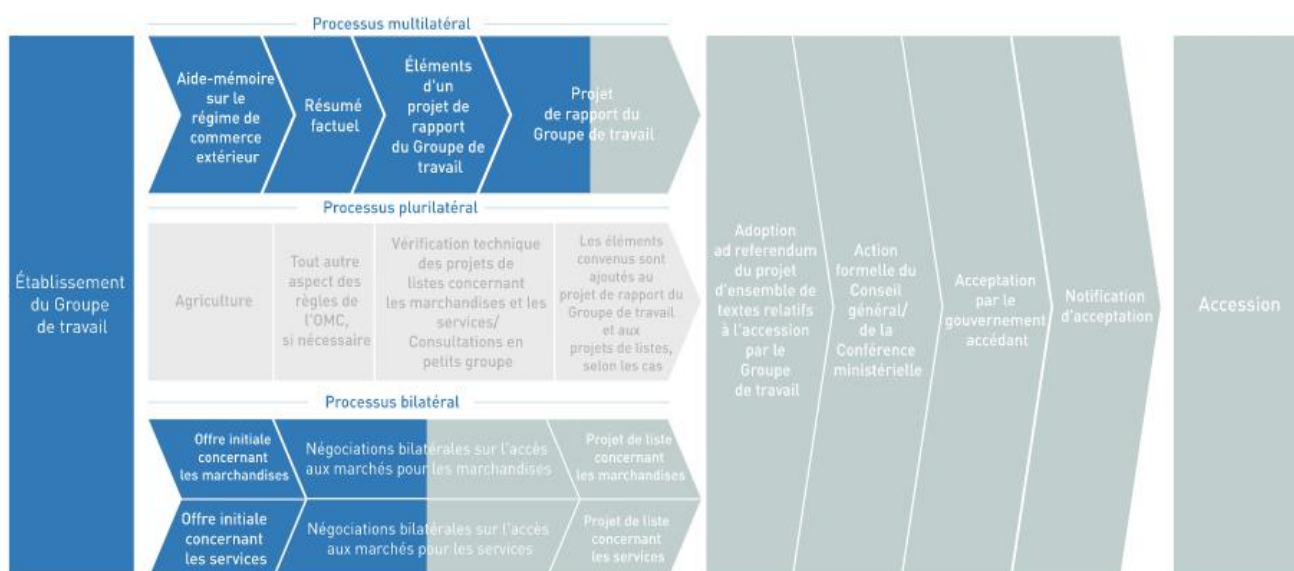
et en vertu des dispositions de cet accord, les produits originaires couverts par cet accord, peuvent être échangés sous un régime tarifaire préférentiel entre l'Algérie et la Tunisie⁵⁴.

1.2.5. L'accèsion de l'Algérie à l'organisation mondial du commerce (OMC)

En 1987 et dans le cadre de sa quête du changement et de l'adoption du libéralisme l'Algérie a manifesté son intention d'intégrer le système du commerce multilatéral qu'incarnait l'Accord Général sur les Tarifs et le Commerce (GATT). A partir de 1995 fut créé l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) qui a pris le relais. Le Groupe de travail de l'accèsion de l'Algérie au GATT a été institué le 17 juin 1987. En 1995 ce Groupe de travail du GATT a été transformé en Groupe de travail de l'OMC chargé de l'accèsion de l'Algérie. Il a tenu sa première réunion en avril 1998⁵⁵.

Nous pouvons constater l'avancée de la voie vers l'accèsion avec la figure suivante :

Figure 06 : Etat d'avancement du processus d'accèsion de l'Algérie à l'OMC



Source : Site officiel de l'OMC

1.3. Evolution de l'import/export sur les différentes périodes du commerce extérieur Algérien

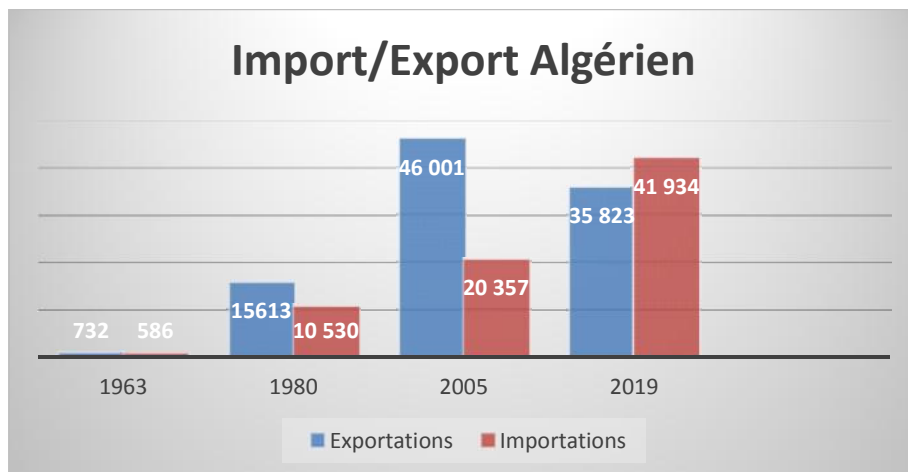
Afin de mesurer l'impact de l'adoption du libéralisme ainsi que des facilités et accords signés entre l'Algérie et les autres pays membres des différentes zones de libre-échange, nous allons réaliser un graphe comparatif du commerce extérieur sur les différentes périodes depuis l'indépendance à nos jours.

⁵⁴ Site officiel de la direction générale des douanes, CIRCULAIRE N° 362 /DGD/SP/D.0413/14, du 26/02/2014.

⁵⁵ Site officiel du ministère du commerce et de la promotion des exportations.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Figure 07 : Comparatif de l'import/export Algérien sur différentes périodes en Millions \$

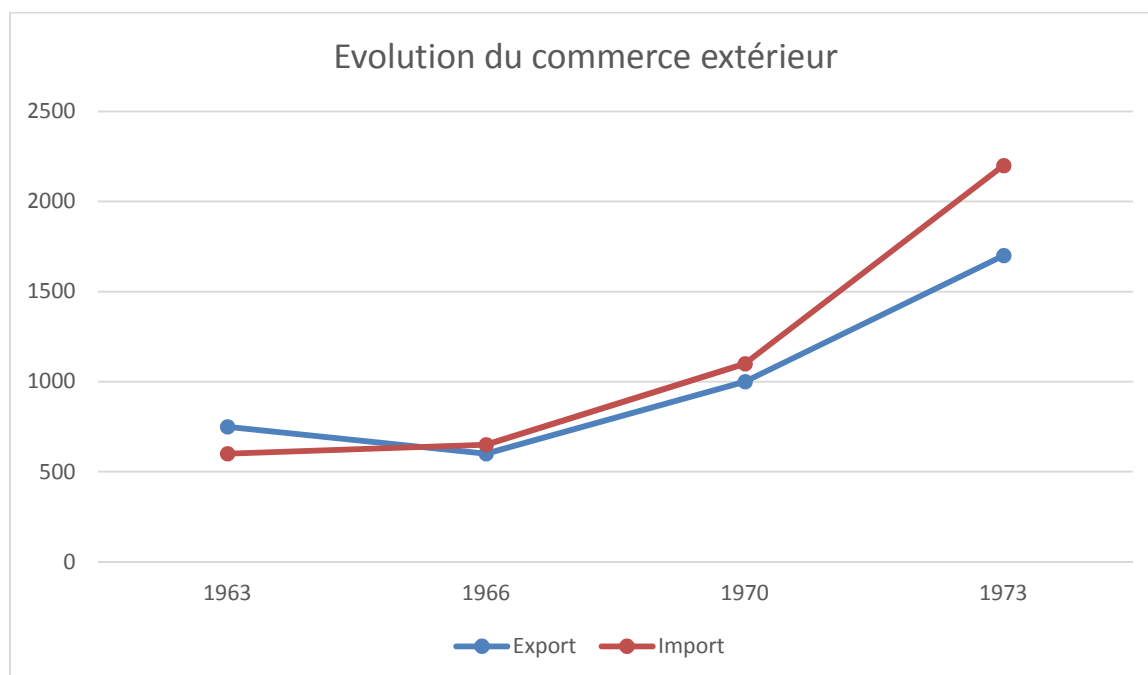


Source : Direction général des douanes

Sur ce graphique on peut constater l'évolution du commerce extérieur en Algérie avec notamment une grosse montée après l'adoption du libéralisme et la signature de multiples accords qui ont favorisé les échanges ainsi que la multiplication et la diversification des exportations même s'il est vrai, ce secteur reste dominé par les hydrocarbures.

Afin de mieux se rendre compte de l'impact du libéralisme à travers les années nous allons voir sa représentation sur un graphe au fil des années.

Figure 08 : Evolution du commerce extérieur en Algérie 1963-1973 en Millions de \$

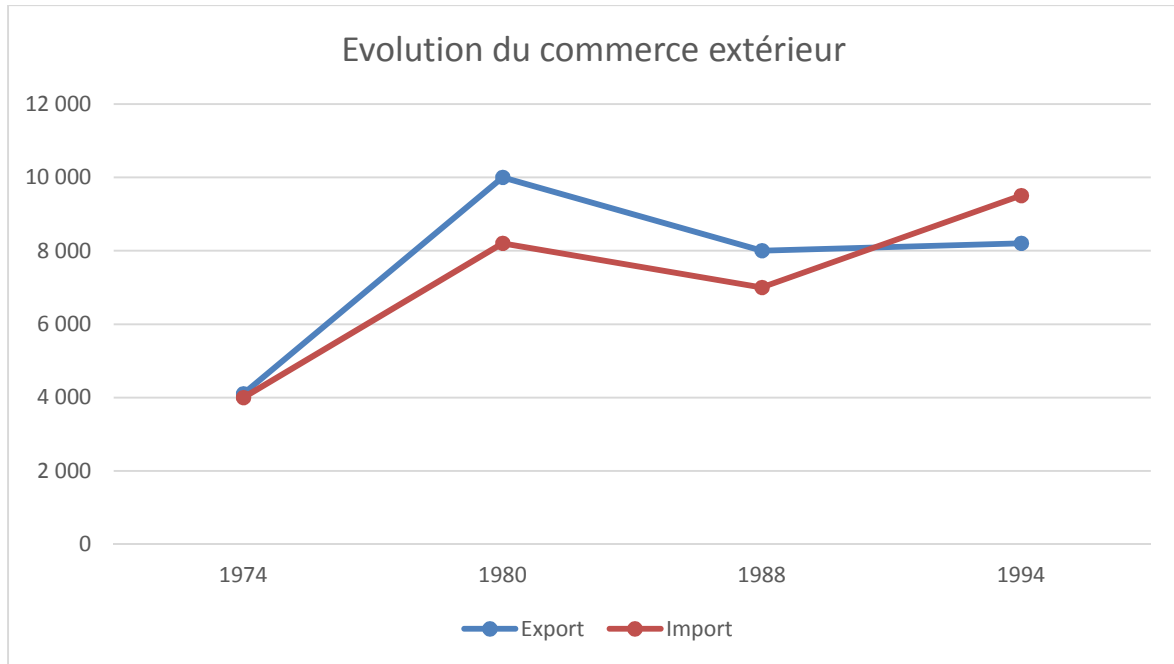


Source : Direction général des douanes

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Ce graphe qui va de l'indépendance à 1973 nous montre un équilibre entre les importations et les exportations avec une légère croissance en 10 ans sous le régime protectionniste où le gouvernement a une mainmise sur les opérations commerciales.

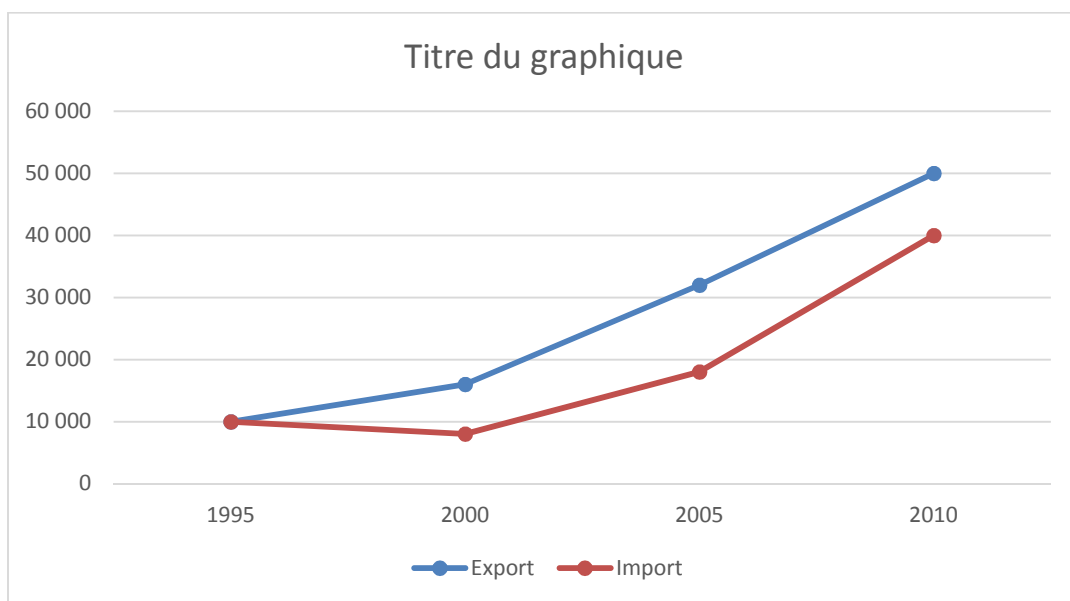
Figure 09 : Evolution du commerce extérieur en Algérie 1974-1994



Source : Direction générale des douanes

Toujours sous l'emprise du protectionnisme, de 1974 à 1994, on note une croissance timide au fil des années avec un équilibre entre les importations et les exportations.

Figure 10 : Evolution du commerce extérieur 1995-2010



Source : Direction générale des douanes

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Enfin avec l'entrée en vigueur du libéralisme en 1990 et l'apparition de l'Algérie sur la scène internationale avec notamment les accords de libre-échanges signés avec différentes zones d'échanges au début des années 2000, on peut constater la montée en grande vitesse des exportations et importations Algérienne au courant de l'année 2010 avec une nette démarcation des exportations.

Le commerce extérieur en Algérie a mis du temps à décoller, notamment à cause de la politique entreprise en Algérie au lendemain de l'indépendance afin de protéger l'économie nationale, ce n'est qu'après l'adoption du libéralisme pendant les années 1990 que le commerce extérieur a pu se développer et prendre une autre envergure au début des années 2000 avec la signature d'une multitude d'accords avec différentes zones de libre-échanges.

Cependant la dépendance de l'Algérie vis-à-vis des hydrocarbures est un vrai handicap auquel il faut remédier en favorisant le développement des autres secteurs.

Section 02 : La promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Dans un monde où règne de plus en plus la mondialisation, l'exportation se transforme en une activité vitale, et constitue l'un des piliers du développement économique d'un pays. En Algérie, le développement et l'investissement dans le secteur hors hydrocarbures devient un enjeu majeur pour les autorités du pays, encore plus dans le contexte actuel où la recette des hydrocarbures se resserre encore plus et avec les motivations mondiales pour se tourner vers des énergies renouvelables.

2.1. La politique Algérienne dans le cadre de l'ouverture commerciale

Nous allons nous pencher sur le cadre institutionnel et juridique de l'ouverture de l'Algérie au commerce mondial.

2.1.1. La libéralisation du commerce extérieur

L'Algérie commence à adopter la libéralisation du commerce extérieur durant les années 1990 avec la restriction du monopole de l'Etat en offrant plus de liberté aux investisseurs et cela en mettant en œuvre une série de décisions pour le faciliter, ainsi on aura vu la levée de toutes les barrières non-tarifaires (suppression des listes de produits prohibés à l'importation), la simplification du tarif douanier dans le temps tout d'abord mais aussi en ramenant le nombre de taux des droits de douanes à quatre (0%, 5%, 15%, 30%) et en réduisant le taux maximum à 60% au lieu de 100% dans un premier temps avant de le baisser encore à 30% depuis 2002⁵⁶.

⁵⁶ Site officiel de la douane Algérienne.

2.1.2. Démonopolisation du commerce extérieur

Dans un premier temps et au lendemain de l'indépendance, l'Algérie préconisait la protection du marché intérieur via le contrôle des échanges avec une série de mesure dont le tarif douanier. Au tout début ce contrôle était limité et le secteur privé à garder une place dans les échanges extérieurs⁵⁷.

Ces dispositions devaient en théorie conduire à une rationalisation des ressources de devises mais en pratique c'était une autre histoire « Les monopoles publics ont fini par générer des coûts de transactions très lourds, et des comportements rentiers au détriment de l'économie du pays. »⁵⁸

C'est sur cette voie là qu'on est passé du monopole de l'Etat au libéralisme avec l'adoption d'un nouveau cadre législatif.

2.2. L'évolution des exportations hors-hydrocarbures en Algérie

Les statistiques montrent clairement que les exportations hors-hydrocarbure sont ou ont longtemps été délaissées en Algérie, il représente un pourcentage très faible sur le total des exportations en Algérie.

Cependant l'Etat algérien a entrepris une série d'initiatives pour mettre en avant les exportations EHH, c'est ainsi que le président de la république lui-même a déclaré en 2020 en critiquant le dénigrement de certaines parties qui selon lui « n'ont pas foi en les capacités de leur pays »⁵⁹ et fixant comme objectif pour l'année 2021 l'atteinte des 5 Mds de dollars d'exportations hors hydrocarbures.

Après une grande hausse des chiffres d'exportations hors hydrocarbures on atteint les 3 Mds de dollars au 8ème mois de l'année 2021 de qui représente 12% du totale des exportations nationales une bouchée de pain comparé au reste des exportations mais une montée significative et encourageante pour l'avenir. Nous allons nous pencher en détails sur les chiffres de ces exportations afin de mieux évaluer la progression réalisée et les secteurs concernés par les exportations.

2.2.1. Représentation des exportations hors-hydrocarbure en Algérie

Tableau 02 : Evolution des exportations en Algérie 2005-2015 en millions de dollars

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Produits Hors hydrocarbure	1099	1158	1332	1937	1066	1526	2062	2062	2165	2582	2063
Produits hydrocarbure	43 937	53 456	58 831	77 361	44 128	55 527	71 427	69 804	63 752	60 304	35 724
Total des Exportations	45 036	54 613	60 163	79 298	45 194	57 053	73 489	71 866	65 917	62 886	37 787

Source : CNIS

Sur ce tableau on peut remarquer la légère évolution des EHH de 2005 à 2015 mais surtout la

⁵⁷ Mebtoul.A, « l'Algérie face aux défis de la mondialisation », Ed OPU, Alger, 2002, P 125.

⁵⁸ Oussalem M, « Politique industrielle et mondialisation. Les leçons de l'expérience Algérienne », Campus, 2008, P 72

⁵⁹ AbdelMadjid Tebboun, Président de la république Algérienne.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

prédominance des produits hydrocarbures qui restent le poids lourd des exportations Algérienne.

Tableau 03 : Evolution des exportations en Algérie 2018-2019 (unité en million)

A l'exportation	2018	2018	2019	2019
	DZD	USD	DZD	USD
Produits				
Hydrocarbures	4 126 545,51	35 450,39	3 610 220,56	30 256,30
Produits hors				
Hydrocarbures	311 460,05	2 675,69	281 896,42	2 362,66
Total	4 438 005,56	38 126,08	3 892 116,98	32 618,96

Source : CNIS

Sur ce tableau on peut constater la dominance des produits hydrocarbures qui se poursuit pendant les années 2018 et 2019. Toutefois on remarque une hausse encourageante des produits hors-hydrocarbures qui montre l'impact des initiatives prises par les pouvoirs publics.

2.2.2. Représentation des exportations hors-hydrocarbures en Algérie par secteur

Selon les chiffres du ministère du commerce, les exportations hors-hydrocarbures ont connu une hausse de 118% sur les 8 premiers mois de l'année 2021, ce qui représente 12.3% du total des exportations Algérienne. En se penchant sur les différents secteurs qui forment les exportations hors-hydrocarbures en Algérie on remarque que certains se distinguent plus que d'autres.

Par exemple, la valeur des exportations de fer et d'acier s'est élevée à 595,78 millions de dollars, contre 28,76 millions de dollars pour la même période de l'année dernière, soit une hausse de 1971%. Quant aux produits chimiques inorganiques, ils ont également enregistré une augmentation significative de 234% dans les huit premiers mois 2021, atteignant 501,8 millions de dollars, contre 150,1 millions de dollars à la même période l'année dernière. Par ailleurs, les exportations des produits alimentaires à base de sucre ainsi que le miel ont augmenté à hauteur de 288 millions de dollars, contre 173 millions de dollars l'année écoulée soit une hausse de 66%.

Le volume des articles manufacturés exportés a augmenté, quant à lui, à 190.81 millions de dollars, soit un taux de 6.54%, selon les détails du communiqué du ministère du Commerce.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Dans ce cadre, le ministère a qualifié le bilan de "positif" représentant "la nouvelle orientation de la politique du commerce extérieur tracée par le Président de la République visant à réaliser une véritable diversification de l'économie nationale, se libérer progressivement de la dépendance aux hydrocarbures, traduire les efforts des pouvoirs publics et aplanir les difficultés⁶⁰.

Le tableau suivant représente l'évolution des exportations des produits hors-hydrocarbures par groupe d'utilisation.

Tableau 04 : Evolution des exportations hors-hydrocarbures en Algérie par secteurs 2018-2019 en millions

Secteurs d'utilisation		2018			2019			
Code GU	Intitulé GU	DZD	USD	%	DZD	USD	%	%
1	Biens Alimentaires	43 585,27	373,77	12,78	48 676,32	407,86	15,81	9,12
3 et 4	Produits Bruts	10 773,41	92,39	3,16	11 451,49	95,95	3,72	3,86
5	Demi-Produits	272 350,44	2 335,58	79,84	233 551,09	1 956,92	75,84	-16,21
6	Biens d'équipements agricoles	35,63	0,31	0,01	30,29	0,25	0,01	-16,94
7	Biens d'équipements industriels	10 507,04	90,10	3,08	9 901,76	82,97	3,22	-7,92
8 et 9	Bien de consommation (Non alimentaires)	3 896,58	33,42	1,14	4 346,69	36,42	1,41	8,99
Total		341 148,37	2 925,56	100	307 957,64	2 580,37	100	-11,8

Source : CNIS

On constate que les principaux produits hors-hydrocarbures exportés durant l'année 2019 sont constitués essentiellement par le groupe « demi produit » qui enregistre une valeur globale de 1,96 milliards USD, le groupe « bien alimentaire » vient en seconde position avec une valeur de 407,86

⁶⁰Ministère du commerce et de la promotion des exportations.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

millions USD, suivi par le groupe produit brut avec une valeur de 95,95 millions USD. Ces secteurs représentent les mastodontes des EHH algériennes

2.2.3. Représentation des exportations hors-hydrocarbure en Algérie par produits

Sur le pourcentage des exportations EHH vue précédemment la plus grosse part du marché est détenue par le top 5 des produits à hauteur de 74.57%, nous allons les voir en détails sur le tableau suivant⁶¹.

⁶¹Ministère du commerce et de la promotion des exportations.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Tableau 05 : Représentation des EHH par produits en millions USD

Principaux produits	11 mois 2018		11 mois 2019		Evolution %	Taux cumulés %
	Valeur	Structure	Valeur	Structure		
Engrais minéraux ou chimiques azotés	948,30	32,41	801,26	31,05	-15,51	31,05
Huiles issue goudron	661,48	22,61	502,28	19,47	-24,07	50,52
Ammoniac	459,51	15,71	298,59	11,57	-35,02	62,09
Sucres de canne ou de betterave	233,29	7,97	260,17	10,08	11,52	72,17
Fer ou acier	0,00	0,00	67,80	2,63	-	77,46
Phosphate de calcium naturels	50,95	1,74	68,61	2,66	34,64	74,83
Ciments hydraulique	25,16	0,86	60,68	2,35	141,19	82,28
Dattes, figues, ananas, avocats, goyaves...	64,85	2,22	63,79	2,47	-1,63	79,93
Hydrogène, gaz rares...	40,33	1,38	55,32	2,14	37,17	84,43
Produits laminés	33,65	1,15	28,10	1,09	-16,48	85,52
Sous total	2 517,53	86,05	2 206,61	85,52	-12,35	
Autres	408,03	13,95	373,77	14,48	-8,40	100,00
Total	2 925,56	100,00	2 580,37	100,00	-11,80	

Source : CNIS

2.2.4. Principales destinations des exportations Algériennes

Durant les onze mois de l'année 2019, les cinq premiers clients de l'Algérie représentent près de 57,40 % des exportations algériennes, comme repris dans le tableau N°16 ci-dessous. A ce titre, la

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

France est le principal client de l'Algérie avec une part de 14,16 %, suivie par l'Italie, l'Espagne, les USA et la Turquie avec des parts respectives de 13,19 %, 10,98 %, 6,71 % et de 6,18 %⁶².

Tableau 06 : Principaux pays clients de l'Algérie (Millions USD)

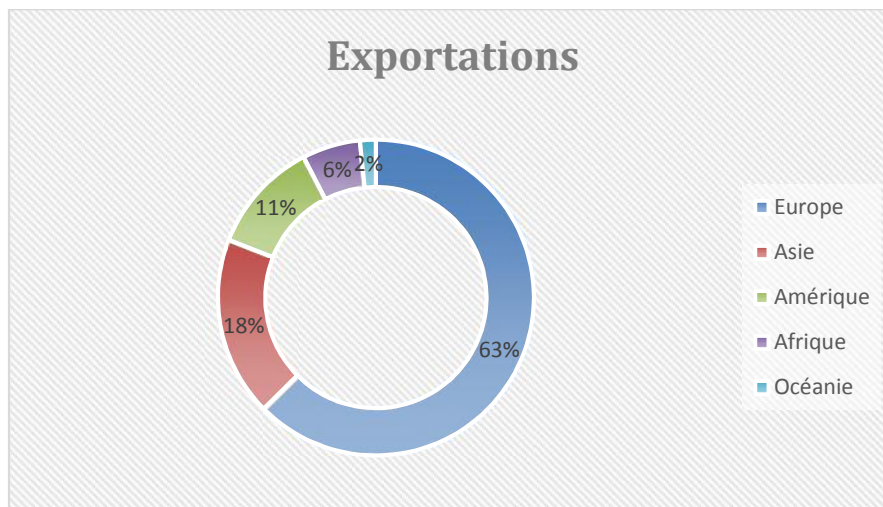
Principaux clients	Valeur	%
France	4 619,78	14,16
Italie	4 303,07	13,19
Espagne	3 580,04	10,98
Etats Unis d'Amérique	2 187,25	6,71
Turquie	2 015,92	6,18
Grande bretagne	2 011,92	6,17
Chine	1 570,29	4,81
Inde	1 440,96	4,42
Pays-Bas	1 383,34	4,24
Rep de Corée	1 292,52	3,96
Tunisie	1 168,09	3,58
Brésil	1 136,81	3,49
Belgique	737,83	2,26
Portugal	719,28	2,21
Singapour	535,71	1,64
Sous total	28 702,79	87,99
Reste du monde (141)	3 916,16	12,01
Total général	32 618,96	100%

Source : CNIS

⁶²Ministère du commerce et de la promotion des exportations.

2.2.5. Représentation des exportations Algérienne par région

Figure 11 : Exportations Algérienne par région en %

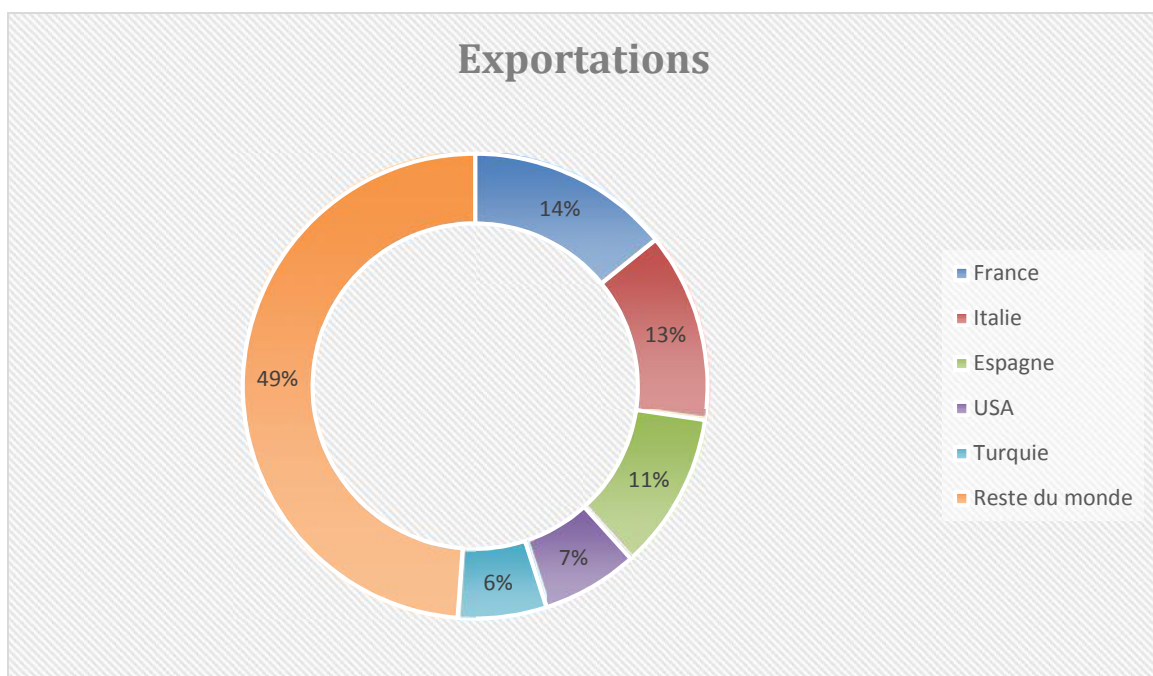


Source : CNIS

Sur cette figure on remarque que l'Algérie traite beaucoup plus avec l'Europe à hauteur de 63% suivi de l'Asie avec 18% puis l'Amérique 11%, pour qu'arrive l'Afrique avec seulement 6% malgré la proximité avec les pays de ce continent.

2.2.6. Représentation des destinations des EHH Algérienne

Figure 12 : Représentation du top 5 des destinations EHH Algérienne



Source : Graphique réaliser depuis les données du tableau précédent

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Ici encore on peut constater que les EHH Algérienne vont vers des marchés sur d'autres continent, la France a auteur de 14%, l'Italie 13% et l'Espagne 11% constituent le top 3 des destinations des EHH Algériennes.

2.3. Aides et avantages dont bénéficie les entreprises exportatrices en Algérie

Avec toutes les données vues précédemment, on remarque assez facilement que les exportations hors hydrocarbure sont un secteur qui fait défaut à l'Algérie depuis de nombreuses années si ce n'est depuis toujours, cependant avec l'implication de l'Etat on a remarqué un rebond encourageant en 2021 où certains secteurs de produits ont doublé leur volume d'exportations.

Cette implication des pouvoirs public se manifeste en accordant certaines facilités et aides octroyés aux entreprises qui souhaitent se lancer dans l'exportation de bien et de services et ce grâce notamment au fond spécial pour promouvoir les exportations.

2.3.1. Le fonds spécial pour promouvoir les exportations (FSPE)

Ce fonds a été institué par la loi des finances 1996, il est destiné à apporter un soutien financier aux entreprises exportatrices dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés étrangers.

L'aide de l'Etat par le biais du FSPE est octroyée à toute entreprise résidente productrice de bien et service ou à tout commerçant régulièrement inscrit au registre de commerce œuvrant dans le domaine de l'exportation.

Le montant de l'aide accordée est déterminé par le ministre du commerce selon des pourcentages fixé à l'avance, en fonction des ressources disponible⁶³.

Conformément au décret exécutif n° 14-238 du 25 aout 2014 modifiant et complétant le décret du 5 juin 1996 fixant les modalités de fonctionnement du compte d'affectation spéciale n° 302-084 « Fond spécial pour la promotion des exportations »⁶⁴.

Il prend donc en charge :

- Une partie des frais liés à l'étude des marchés extérieur ;
- Une partie des frais de participation des exportateurs dans les foires et salons d'exposition à l'étranger (Différents pourcentage selon le type de manifestation) ;
- Prise en charge partielle des PME dans l'élaboration du diagnostic export ;
- L'aide à la promotion des produits ;
- L'aide dans la formation aux métiers de l'export ;

⁶³ Ministère du commerce, Direction générale du commerce extérieur.

⁶⁴ Décret exécutif n° 96-205 du 5 juin 1996, réformé en décret n° 14-238, le 25 aout 2014, de la loi des finances 1996.

- Une partie des frais de transport⁶⁵.

2.3.2. L'agence national de la promotion du commerce extérieur (ALGEX)

L'ALGEX vient remplacer la PROMEX, c'est un établissement étatique appartenant au ministère du commerce, il fut créé par le décret exécutif n° 04-174 du 12 juin 2004 dans le but d'aider au développement des exportations hors hydrocarbures et donc d'aider les entreprises dans ce secteur⁶⁶.

Les principaux objectifs de l'ALGEX sont :

- Assister les entreprises exportatrices dans la promotion de leurs produits et leurs placements dans les marchés étrangers ;
- Assurer la formation et l'information dans le domaine de l'exportation ;
- Participer au développement de stratégies national dans le cadre du la mise en avant de l'exportation⁶⁷.

2.3.3. La compagnie Algérienne d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX)

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

- son propre compte et sous le contrôle de l'Etat, les risques commerciaux ;
- le compte de l'Etat et sous son contrôle, les risques politiques, les risques de non transfert et les risques de catastrophes naturelles⁶⁸.

Cette compagnie a été créé dans le but d'encourager et de promouvoir les exportations Algériennes en dehors des hydrocarbures et de garantir les ventes à crédit au profit des opérateurs économiques activant sur le marché national.

Elle a donc pour missions principales :

- Assurance-crédit export ;
- Assurance-crédit domestique ;
- Assurances foires ;
- Vente d'information économiques et financières⁶⁹.

⁶⁵ Ministère du commerce, Direction générale du commerce extérieur.

⁶⁶ Site officiel de l'ALGEX.

⁶⁷ Rouane Rafik, « Le marketing Directe International : au service des exportations Algériennes hors hydrocarbures », DAHLAB, P.P 76-77.

⁶⁸ Site officiel de la CAGEX.

⁶⁹ Idem.

2.3.4. La société Algériennes des foires et des expositions (SAFEX)

La Société Algérienne des Foires et Exportations est une entreprise publique issue de la transformation de l'objet social et de la dénomination de l'Office National des Foires et Expositions. Elle est le leader de l'événementiel, elle organise des manifestations économiques et expositions à caractère national et international, local et régional en Algérie. En Outre, la SAFEX est l'organisateur officiel de la participation de l'Algérie aux foires et salons à l'étranger⁷⁰.

La mission principale de la SAFEX est de contribuer au développement et à la promotion des activités commerciales ainsi qu'à la valorisation et la gestion de son patrimoine (infrastructures du Palais des Expositions) par tous les moyens appropriés.

La SAFEX participe à la promotion des exportations par l'assistance des opérateurs économiques en matière du commerce international, au moyen de :

- Opportunité d'affaires avec l'étranger.
- Mise en relation d'affaires.
- L'édition de revues économiques.
- Organisation de séminaires et conférences⁷¹.

2.4. Autres mesures prises par l'Etat pour booster les EHH

2.4.1. Facilités accordées à des produits spécifiques

L'Etat à adopter d'autres mesures propres à certains produits tel que le couloir vert, il se représente en une aide ou facilité accordé par l'Etat à l'exportation de date et ce depuis 2006, ainsi il suffit d'un contrôle documentaire pour pouvoir exporter des dates ce qui accélère son temps de passage. Cette facilité devrait être prolongée à tous les produits périssables⁷².

2.4.2. Autres facilités accordées aux entreprises EHH

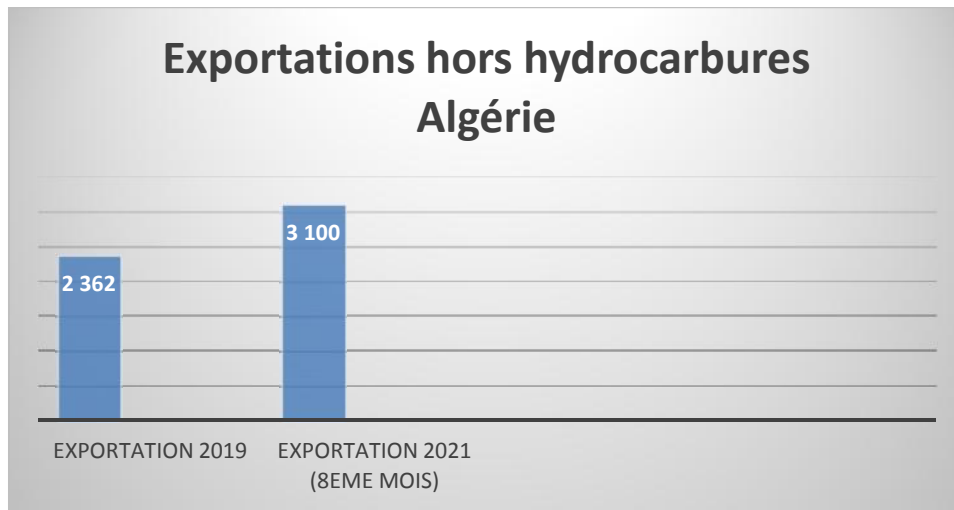
- Avantages fiscaux, certaines exonérations sont accordées aux activités d'exportations.
- Facilitations financières et bancaires, se représente dans les délais de rapatriement et la rétrocession des recettes d'exportations
- Un régime douanier suspensif à l'exportation.

⁷⁰ Site officiel de la SAFEX.

⁷¹ Site officiel de la SAFEX.

⁷² Ati Takarli, « les exportations hors hydrocarbures Algérienne », à l'occasion de la tenue de la Maghreb, paris les 5 et 6 février 2008, P 7.

Figure 13 : Evolution des EHH entre 2019 et 2021



Source : Graphe réalisé avec les données recueillies sur le site du CNIS

2.5. Contraintes et inconvénients auxquels font faces les entreprises Algériennes à l'exportation

Les efforts entrepris récemment par l'Etat ou encore les aides accordées aux entreprises exportatrices qui remontent aux années 90 restent infimes au regard des contraintes du terrain et le retard qu'accuse ce secteur en Algérie n'est pas anodin. Les investisseurs rencontrent énormément d'inconvénients, qu'ils soient institutionnels, juridiques ou même d'ordre économique.

Nous allons donc essayer d'éclairer ces différentes défaillances que rencontrent les entreprises Algériennes, pour cela nous allons voir l'ensemble de l'environnement institutionnel, juridique et organisationnel de la scène commerciale en Algérie, autant le dire on parle de la source même des maux de ce secteur.

2.5.1. Aspect transactionnel (Banques)

Les entreprises Algériennes qui ont des aspirations à exporter sont rares, celles qui se permettent l'exportation le sont encore plus, et ce peu d'entreprises font face à une organisation lente et stricte au niveau des banques.

- Un délai de rapatriement des recettes des EHH a longtemps été un frein avant de passer de 180 jours à 360 jours.
- Répartition de la recette des EHH en 3 parties (50% du montant en compte dinars, 30% en compte devise personne morale et 20% en compte devise de l'exportateur qui est donc sous la responsabilité de ce dernier)⁷³

⁷³ Site officiel de l'ALGEX.

2.5.2. La lenteur de l'administration Algérienne

L'administration Algérienne est bien connue pour sa lenteur et sa lourdeur autant sur les délais de faisabilité des documents autant sur les dossiers à fournir. Ça englobe tous les domaines et donc bien évidemment le secteur des exportations aussi. Ce qui décourage bien des investisseurs ou des entreprises qui deviennent réticente à l'idée d'effectuer une opération d'exportation, d'autant que ces mêmes dossiers à fournir doivent être refais à chaque transaction⁷⁴.

2.5.3. Contraintes liées aux services portuaires

Autre problème bien connu en Algérie, le manque d'infrastructures et ça a une influence directe sur le volume des exportations hors hydrocarbure, car à l'exception des ports pétroliers les autres secteurs manquent d'espace et d'équipement nécessaire au stockage et chargement de marchandises. Il y'a un manque cruel de grand port moderne en Algérie, outre le port d'Alger qui gère un tiers du commerce international en Algérie, le port de Bejaïa qui est le 2eme en Algérie en termes d'activité commercial ou encore le port de Djendjen qui entre parenthèse est le plus grand port en eau profonde d'Algérie disposant d'une capacité de 4 millions de tonnes et qui se situe à proximité d'un aéroport et d'une gare ferroviaire, ce qui en fait un pôle multimodal d'échange de marchandises⁷⁵. Sans oublier que la lenteur de ces procédures peut porter atteinte aux marchandises stocké, on tient donc là un pilier en termes d'échanges internationaux sur lequel doit se pencher les autorités Algérienne afin de développer le secteur des EHH.

2.5.4. Contraintes liées à la logistique et au transport

Outre les difficultés liées aux services portuaires les entreprises souhaitant exporter font face à une chaine logistique défaillante en termes de temps avec une lenteur relié au services portuaires vu précédemment mais aussi un stockage et transport de marchandise très couteux, ajoutons à cela des frais de prestation aux compagnies maritimes et autres organismes cela fait une belle épine aux exportateurs⁷⁶.

2.5.5. Contraintes liées à la promotion de produit et prospections de marchés extérieurs

Les entreprises souhaitant exporter doivent d'abord sonder les marchés étrangers et cette opération peut s'avérer plutôt couteuse, entre les frais de transports de restauration et d'hôtellerie des agents déployer ainsi que l'achat de différents services dans le pays ciblé nécessaire au bon déroulement de

⁷⁴ Forum des Chefs d'Entreprises, « Indice du forum pour la performance de l'entreprise algérienne », Alger, Janvier 2011, P 3.

⁷⁵ Sites officiels des entreprises portuaires d'Alger, Bejaïa et Djendjen.

⁷⁶ Centre d'Etudes des Transports pour la Méditerranée "CETMO" « Le secteur logistique sur la rive sud de la Méditerranée Occidentale », octobre 2010, P 18.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

l'opération, l'entreprise fait donc face à des coûts assez élevés et les différentes aides qu'elle peut obtenir tel que le FSPE sont loin de couvrir l'intégralité de ces sommes⁷⁷.

Aussi une fois qu'elle a bien cerner le marché et qu'elle souhaite s'y incruster l'entreprise doit mettre en avant ses produits avec une bonne promotion qui va aussi nécessiter un grand budget.

2.5.6. Contraintes liées à la réglementation douanière

Un inconvénient administratif de plus, le dédouanement, une opération qui peut s'avérer extrêmes lente et lourde en préparation cette étape peut être préjudiciable à l'entreprise si elle dispose de produits qui nécessite d'être vite mis à disposition du consommateur.

La douane Algérienne est loin d'être aux standards internationaux en termes de temps et de flexibilité ce qui en fait un vrai handicap pour le développement des exportations.

Conclusion

Le gouvernement Algérien a mis en place une série de programmes d'aides ainsi que de facilités pour aider le secteur des exportations hors hydrocarbures à se développer mais ce dernier fait pâle figure devant les exportations d'hydrocarbures qui culmine à plus de 80%. Ce secteur reste donc le talon d'Achille du commerce extérieur Algérien.

Par ailleurs, la dépendance vis-à-vis des exportations hydrocarbures reste un frein majeur au développement des autres secteurs.

Section 03 : L'apport de l'industrie agroalimentaire en Algérie

L'industrie agroalimentaire est considérée comme étant le moteur de l'économie réelle, elle occupe une place importante dans l'économie des pays. Une grande partie de ces derniers a consacré des efforts considérables afin d'améliorer et de développer ce secteur afin d'en bénéficier en maximum et d'atteindre des objectifs de croissance économique et de sécurité alimentaire.

Depuis l'indépendance, l'économie algérienne a été caractérisée par la prédominance du secteur des hydrocarbures qui devient un handicap qui pénalise les autres secteurs.

Dans cette section nous allons aborder quelques définitions concernant l'industrie agroalimentaire son évolution à travers le temps de façon générale, sa place dans l'économie nationale et son rôle dans le commerce extérieur en Algérie.

3.1. Définition des concepts de base

Dans cette partie nous allons définir les concepts de base liés à l'industrie agroalimentaire.

⁷⁷ Merzouk F, « PME et compétitivité en Algérie, Genèse de développement des PME en Algérie », Mémoire de Magister, Université de Bouira, année 2010.

3.1.1. Définition de l'agroalimentaire

On l'a décrit sous deux définitions.

a) Selon le dictionnaire

Pratique relatif à la transformation par l'industrie des produits agricoles destinés à l'alimentation. Produits agroalimentaires⁷⁸.

b) Selon B. MARTORY et J.Y. CAPUL

Agroalimentaire vient du terme agriculture. Elle signifie soit une activité humaine consistant à produire des denrées alimentaires (végétaux et animaux) et certaines matières premières (cotons, caoutchouc naturel, lin, ...) utiles à l'homme. Soit le secteur économique qui regroupe l'ensemble des activités visant à transformer le milieu naturel, animal et végétal pour la production d'aliments⁷⁹.

3.1.2. Définition de l'industrie

L'industrie désigne un secteur économique regroupant les activités de transformations de produits (matières premières ou produits semi-finis). L'industrie est un secteur essentiel de l'économie car elle produit des biens qui servent à fabriquer d'autres biens⁸⁰.

3.1.3. Définition de l'industrie agroalimentaire

D'après AUDROING « L'industrie agro-alimentaire recouvrent un ensemble d'activités hétérogènes de transformation de produits agricoles eux-mêmes très divers, l'objectif étant l'alimentaire indirect (produits intermédiaires) ou direct (produits finals) »⁸¹.

3.1.4. Définition des entreprises agroalimentaires

Les entreprises agroalimentaires sont des entreprises qui réalisent la grande partie de leur chiffre d'affaires dans le conditionnement et la commercialisation des produits alimentaires. Elles détiennent le marché des matières premières et des produits finis leur permettant un contrôle absolu de l'amont et de l'aval de la chaîne alimentaire, en d'autres termes c'est un ensemble d'activités diversifiées reliant la production de produits agricoles et la consommation de bien alimentaire. Son développement est dû aux innovations technologiques et à la démographie croissante car pour satisfaire le consommateur il est impératif de produire un produit au design captivant⁸².

⁷⁸ Le ROBERT Dictionnaire en ligne, « définition de l'agroalimentaire ».

⁷⁹ B. Martory, J.Y Capul, « Economie générale », édition Armand Collin, Paris,2005, P 14.

⁸⁰ J. Capul, O. Garnier, « Dictionnaire d'économie et des sciences sociales », édition Hatier,2005, Paris, P 312.

⁸¹ J.F. Audroing, « Les industries agroalimentaires », édition Economica, Paris,1995, P 49.

⁸² Yvan. B, Francice. B et Tacinthe. F, « L'entreprise agroalimentaire, assurer la croissance », les Éditions du monde alimentaire INC, Canada,1995, P 27.

3.2. Historique et évolution de l'industrie agroalimentaire

Dans cette partie nous allons en premier lieu démontrer de façon générale l'histoire de l'industrie agroalimentaire et son apparition dans le monde, puis son évolution et son développement en Algérie.

3.2.1. Histoire de l'industrie agroalimentaire dans le monde

Probablement née durant la période néolithique, la transformation de matières premières périssables en denrées stockables et utilisables pour la préparation des repas est une pratique très ancienne née au même temps que l'agriculture et la sédentarisation, quel que soit le type de fabrication (fabrication de farines de semoules de céréales, de fromages et de boissons fermentées ainsi que le séchage et le fumage de viandes et poissons). Cette activité est restée très longtemps intégrée à la production agricole sous une forme artisanale et familiale.

Le terme « industrie agroalimentaire » n'est apparue qu'au cours de la révolution industrielle, elle trouve son origine dans l'innovation technologique comme pour d'autres secteurs tel que le textile et la métallurgie, Les grandes firmes agroalimentaires apparaissent à la fin du 19^{ème} siècle ou au début du 20^{ème} siècle⁸³. Toutefois, les structures de marché ne vont évoluer significativement qu'à partir de la Seconde Guerre mondiale⁸⁴.

3.2.2. Histoire et évolution de l'industrie agroalimentaire en Algérie

Depuis l'indépendance, l'économie algérienne ne reposait pratiquement que sur le secteur des hydrocarbures, la négligence du secteur industriel en particulier, l'industrie agroalimentaire a entraîné une augmentation des coûts de facturation des denrées alimentaires importées par l'Etat algérien et une diminution de la trésorerie de l'Etat.

Cependant, des programmes publics de développement visant à créer des entreprises nationales dans le secteur de l'AA ont connu le jour notamment dans le secteur des céréales, des produits laitiers, de l'eau et des boissons grâce à cela l'IAA a connu sa prospérité au de l'année 1970, d'autres secteurs ont vu le jour tel que l'industrie du sucre, des matières grasses, de la viande, des conservateurs...

Ces programmes ont été adoptés pour encourager l'IAA afin de satisfaire le marché intérieur, réduire la dépendance vis-à-vis de l'extérieur et la facture des importations alimentaires.

3.2.3. La part de l'industrie agroalimentaire dans l'économie nationale et dans le commerce extérieur

Comme on le sait déjà l'IAA occupe une place importante que ce soit dans l'économie nationale que dans le commerce extérieur en particulier.

⁸³ T. Boukleich, Z. Deradera, L'industrie agroalimentaire en Algérie, Université abderrahmane Mira, Béjaïa, 2019, P 06.

⁸⁴ Jean-Louis Rastoin, « Une brève histoire de l'industrie alimentaire », revue économie rurale, N°255-256, 2000, P 61.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Dans cette partie nous allons aborder en premier lieu la part de l'industrie agroalimentaire dans l'économie nationale, puis nous aborderons le rôle de cette industrie dans le commerce extérieur en Algérie.

3.2.4. Le rôle de l'industrie agroalimentaire dans l'économie nationale

Le secteur agroalimentaire occupe une place stratégique dans l'économie nationale son objectif principale qui est de permettre la satisfaction en termes de produits alimentaires et ainsi que la diminution des importations de produits alimentaires dont les couts sont extrêmement élevés, ce secteur sert aussi à absorber le chômage grâce à l'emploie qu'il crée.

3.2.5. La part des IAA dans la production brute

La production brute comprend les biens et services qui sont produits dans l'organisation et qui vont devenir utilisables en dehors de cette dernière.

Le tableau ci-dessous nous montre la place de l'IAA dans la production brute, on remarque aussi la croissance de l'indice de ce secteur au fil des semestres en 2020 pour enfin exploser sur l'ensemble de l'année 2021.

Tableau 07 : la part des IAA dans la production brute (2020-2021) en indice

Agrégation	1T20	2T20	3T20	4T20	AN20	1T21
IAA	1694.0	1734.0	1733.6	1764.1	1731.4	1836.0
Travail de grain	1712.2	1750.9	1750.9	1767.4	1745.4	1759.7
Industrie du lait	1729.1	1729.2	1792.2	1731.1	1729.7	1730.2
Aliment animaux	1642.2	1706.0	1704.7	1775.5	1707.1	2030.6

Source : Office national des statistiques 2021

- Les principales caractéristiques de l'indice

- L'objectif principal du calcul de l'indice des prix à la production industrielle est la mesure de l'évolution des prix à la production ;
- Indice de type Layspres, les pondérations des produits sont calculées à partir des poids des ventes de chaque produit par entreprise et par activités ;
- L'année de base est 1989 (base 100 pour les calculs) ;
- Les biens industriels observés sont ceux vendus sur le marché intérieur exceptés les produits importés et ceux destinés à l'exportation ;
- Les prix observés sont les prix sortis d'usine et prix hors taxes (TTC hors tps et PHC) ;
- Le champ concerné est 90% des ventes par activités et par entreprise ;

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

- Formule de calcul de l'indice :

$$I_{t/89} = \sum_i (w_i / \sum_i w_i) (p_{ti} / p_{89i}); \text{ tel que:}$$

W_i : Poids de la variété i

P_{89i} : prix TTC au trimestre t de la variété i

P_i : prix de base (moyen de 1989) de la variété i .

Tableau 08 : la part des IAA dans la production brute (2020-2021) en pourcentage.

Agrégation	4T20/3T20	2S20/2S19	12M20/12M19	1T21/4T20	1T21/1T20
IAA	1.2	2.7	2.7	2.7	5.4
Travail de grain	1.1	2.4	2.3	2.3	5.6
Industrie du lait	5.7	4.0	5.5	-6.7	-4.5
Aliment animaux	-1.5	7.2	7.0	6.3	10.2

Source : office national des statistiques 2021

D'après les données du tableau les IAA affichent une croissance de 4.1% au 1er trimestre 2021 par rapport au trimestre écoulé. Cette tendance est induite principalement par l'augmentation des prix des produits alimentaires pour animaux (+14.4).

3.2.6. Evolution des emplois dans les IAA

Le secteur de l'IAA en Algérie constitue un maillon important du tissu industriel national du fait de son rôle important, dans l'économie du pays, ainsi sa contribution efficace et durable à l'absorption du chômage en pleine expansion.

Tableau 09 : évolution des emplois des IAA (2016-2018)

Intitulés	Emploi			Structures en %			Variation en %
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2018/2017
Mines et carrières	7153	7115	6952	6.9	6.9	6.8	-2.3
Textiles	6829	6837	6957	6.6	6.7	6.8	1.8
IAA	18382	18477	16479	17.7	18.0	16.0	-10.8
Cuirs et chaussures	1442	1448	1500	1.4	1.4	1.5	1.6

Source : office nationale des statistiques 2019

D'après les données du tableau on constate que les IAA contribuent énormément à l'emploi industriel, le nombre de postes étant passé de 18382 en 2016 à 18477 en 2017, mais en 2018, on observe une perte importante du nombre de postes, il a diminué à 16479 avec un taux de 10.8% et un poids arrivé à 16%.

3.3. Les contraintes de l'industrie agroalimentaire en Algérie

Le secteur de l'industrie agroalimentaire occupe une position privilégiée dans le processus de libéralisation et de modernisation de l'économie. Les entreprises agroalimentaires devraient vraiment faire de gros efforts pour faire face aux multiples contraintes qui les caractérisent et pour répondre efficacement aux changements rapides de l'environnement national et international. Les industries agroalimentaires en Algérie ont plusieurs contraintes malgré leur développement et leurs places stratégiques au sein de l'économie nationale. Les principales contraintes sont les suivantes⁸⁵ :

- Les industries agroalimentaires sont peu présentes dans les régions rurales et intègrent faiblement les productions nationales ;
- Une forte dépendance des importations des produits agricoles ;
- Un faible degré d'innovation verticale et en aval ;
- Une capacité d'attraction des IE quasi inexistante ;
- Un environnement scientifique et technique embryonnaire ;
- Un système de transport et de logistique beaucoup trop classique ;

⁸⁵ Horri Khelifa, Dahane Azzedine et Maatoug Mhamed, « Problématique du développement des industries agroalimentaires en Algérie », European Scientific Journal, Vol 11, n°3, Algérie, 2015, P 225.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

- Une faible maîtrise des méthodes modernes de management et d'organisation des entreprises ;
- Une énorme difficulté à affronter la concurrence internationale.

La contrainte principale des unités agroalimentaires se situe au niveau de l'approvisionnement en matières premières agricoles en termes de quantité, qualité et prix. La production agricole est irrégulière souvent en raison des méthodes de production (différentes variétés, multiplicité des producteurs, techniques rudimentaires, etc.) et l'hétérogénéité des matières premières réceptionnées a des conséquences directes sur le fonctionnement des unités de transformation (calibres différents, taux de déchets élevés, interventions manuelles).

Les unités de transformation ne traitent qu'une proportion très faible de la production locale et le taux d'utilisation des capacités ne permet guère un retour rapide sur l'investissement. De même, l'irrégularité des flux, l'abandon de certaines cultures, les surcoûts générés et l'absence de relations contractuelles ont fini par décourager les entreprises qui se sont alors, tournées vers le marché international (céréales, lait, huile brute, sucre, aliments avicoles, etc.), pour satisfaire leurs besoins.

3.4. Le rôle de l'industrie agroalimentaire dans le commerce extérieur en Algérie

L'industrie Agroalimentaire IAA est la 2^{ème} industrie de l'Algérie. Elle participe à hauteur de 40% du total du CA des industries nationales hors hydrocarbures. Son taux de croissance est de 6,8% en 2019, représente 13% du PIB, avec un peu plus de 23 000 entreprises industrielles dont 95% issues du secteur privé. Les importations d'équipements représentent 300 millions € en 2019. L'Algérie est le 1er importateur africain de denrées alimentaires (8.07 Md€). Le gouvernement lance un plan national de développement des industries agroalimentaires et la création de 4 technopoles de 500 industries agroalimentaires⁸⁶.

Le secteur agroalimentaire algérien aurait la possibilité d'évoluer bien plus rapidement si la distribution moderne était elle-même suffisamment développée. Si les grosses et moyennes entreprises se modernisent, beaucoup de petites sociétés ne maîtrisent pas la traçabilité, le conditionnement, les normes internationales, ou les procédures bancaires et fiscales. Les IAA doivent parfois gérer elles-mêmes leurs réseaux de distribution.

3.4.1. La part des IAA dans la structure des importations en Algérie

Les importations agroalimentaires en Algérie occupent une place essentielle dans les importations générales en Algérie

⁸⁶ Rapport périodique des statistiques du commerce extérieur d'Algérie.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Tableau 10 : La part des industries agroalimentaires dans la structure des importations (2019/2020)
en million USD

Groupe de produit	2019		2020		Evolutions %
	Valeur	Struct %	Valeur	Struct %	
Biens alimentaires	1925.02	16.98	1936.46	21.23	0.59
Energie et lubrifiants	165.56	1.46	465.46	5.10	181.14
Produits bruts	522.18	4.61	586.80	6.43	12.38
Bien de conso. non alimentaire	1572.27	13.87	1441.70	15.81	-14.72

Source : centre national de l'informatique et des statistiques (CNIS), statistique du commerce extérieur de l'Algérie
période 2020

Selon les données du tableau, les biens alimentaires figurent parmi les importations qui ont enregistrés une légère augmentation en 2020, puisqu'elle est classée en première positions avec 1936.46 millions USD soit une proportion de 21.23% du volume totale, et une augmentation de 4.25% par rapport à l'année 2019.

Selon les données de tableaux, les biens alimentaires figuraient parmi les importations qui ont enregistré une baisse significative en 2019 par rapport aux autres importations. Puisqu'elles se classaient à la troisième position avec 8 072,27 millions USD soient une proportion de 19,25% du volume totale, et une baisse de 5.85 % par rapport à l'année 2019.

Tableau 11 : Les principaux produits importés par l'Algérie (2018/2019).

Groupe de produit	2018		2019		Evolutions en pourcentage
	Valeur	Struct %	Valeur	Struct %	
Céréales	3064.70	35.75	2706.10	33.52	-11.70
Laits et produits laitier	1401.09	16.34	1245.91	15.43	-11.08
Sucres et sucreries	815.65	9.51	726.61	9.00	-10.92
Résidus et déchets des IA	672.83	7.85	561.25	6.95	-16.58
Tabacs et succédanés de tabacs	277.65	3.24	363.22	4.50	30.82
Café, thé, maté et épices	367.64	4.29	343.98	4.26	-6.44
Légumes, plantes, racines	387.38	4.52	340.65	4.22	-12.06
Préparation alimentaire diverses	326.56	3.81	316.61	3.92	-3.05
Animaux vivants	163.86	1.91	275.27	3.41	67.98

Source : Centre national de l'informatique et des statistiques (CNIS), statistiques du commerce extérieur de l'Algérie.

Selon les données de tableaux, les produits agroalimentaires tels que les produits céréales, laits et produits laitiers, sucres et sucreries et résidus et déchets des industries alimentaires, affichent des parts respectives de 33,52 %, 15,43 %, 9 % et de 6,95 % dans les importations de 2019.

Les importations des produits céréales ont diminué de 11,70 %, laits et produits laitiers de 11,08% les sucres et sucreries de 10,92%, les résidus et déchets des industries alimentaires de 16,58% par rapport à 2018.

3.4.2. La structure d'exportations de l'industrie agroalimentaires

Le gouvernement algérien donne une énorme importance au développement des industries agroalimentaires, afin de permettre la satisfaction nationale en termes d'alimentation et de permettre l'exportation des produits agroalimentaires ce qui est chose faite déjà.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Tableau 12 : La part des IAA dans l'exportation hors hydrocarbures en Algérie en million USD (2018/2019).

Groupe de produit	2018		2019		Evolutions en pourcentage
	Valeur	Struct %	Valeur	Struct %	
Biens alimentaires	373.77	12.78	407.86	15.81	9.12
Biens destinés à l'outils de production	2427.96	82.99	2052.87	79.55	-15.45
Biens d'équipements	90.41	3.09	83.22	3.23	-7.95
Biens de cons. Non alimentaires	33.42	1.14	36.42	1.41	8.98

Source : conseil national de l'informatique et des statistiques (CNIS), statistiques du commerce extérieur de l'Algérie, période 2019.

D'après les données du tableau nous constatons que les biens alimentaires occupent la deuxième place dans les exportations hors hydrocarbures en Algérie avec une valeur de 373.77 millions USD, soit un pourcentage de 12.78% en 2018, puis nous constatons une augmentation de 9.12% soit une valeur de totale de 407.86 millions USD en 2019. Cela indique une amélioration et un développement des IAA.

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Tableau 13 : Les principaux produits exportés par l'Algérie

Groupe de produit	2018		2019		Evolutions en pourcentage
	Valeur	Struct %	Valeur	Struct %	
Engrais minéraux ou chimiques	948.3	32.41	801.26	31.05	+15.51
Huiles	661.48	22.61	502.28	19.47	-24.07
Ammoniac anhydre	459.51	15.71	298.59	11.57	-35.02
Sucre de canne ou de betterave	233.29	7.97	260.17	10.08	11.52
Phosphates de calcium naturels	50.95	1.74	68.61	2.66	34.64
Barres en fer	0	0.00	67.80	2.63	
Dattes, figes	64.85	2.22	63.79	2.47	-1.63
Ciments hydrauliques	25.16	0.86	60.68	2.35	141.19
Hydrogène, gaz rares	40.33	1.38	55.32	2.14	37.17
Produits laminés plats à chaud	33.65	1.15	28.10	1.09	-16.48
Total	2517.53	86.05	2206.61	85.52	-12.35

Source : Conseil national de l'informatique et des statistiques (CNIS), statistiques du commerce extérieur de l'Algérie, période 2019.

D'après les données du tableau suivant les produits exportés on constate une augmentation de la valeur de l'exportation de sucre de canne et de betterave qui était d'une valeur de 233.29 millions USD en 2018 ce qui équivaut à 7.97% des exportations totales, d'une augmentation de 11.52% en 2019 d'une valeur de 260.17 millions USD cette dernière équivaut à 10.08% des exportations totales. On constate aussi une baisse des exportations des huiles avec une valeur de 508.28 millions USD soit une baisse de 24.27% par rapport à 2018, aussi les dattes et les figes avec une valeur de 63.79 millions USD soit une baisse de 1.63% par rapport à l'année 2018.

3.5. La place de Cevital dans l'industrie agroalimentaire en Algérie

L'industrie agroalimentaire en Algérie est dominée par Cevital depuis de nombreuses années, l'activité raffinage de sucre a connu une très forte croissance. Effectivement l'entreprise a très rapidement étouffé les importateurs et a atteint 85% des parts du marché local entre 2010 et 2015⁸⁷.

Cevital agro a démarré avec une unité de production de 600 000 tonnes avant de passer à 1 800 000 tonnes par an avec une deuxième unité pour enfin atteindre les 2 200 000 tonnes, faisant de Cevital le plus grand producteur de la méditerranée et le seul exportateur Algérien de sucre blanc, traitant avec des marques mondiales tel que Coca-Cola.

3.5.1. Diversification des produits agroalimentaire

3.5.1.1. Les produits grand public

Dans sa quête de croissance et de développement Cevital agro se diversifie également avec l'entrée sur le marché de nouveaux produits, notamment les boissons, les eaux minérales, les jus et les boissons gazeuses.

- **L'eau minérale Lalla Khadija**

L'unité de production d'eau minérale de Lalla Khadija à Agouni Gueghrane a été rachetée et son équipement remis à niveau, pour en faire l'eau la plus consommée dans la région kabyle et l'une des meilleurs sur le marché Algérien.

Lalla Khadija répond aux normes mondiales, deux conteneurs ont déjà été exporté à Tokyo afin de sonder le marché Asiatique⁸⁸.

- **Le jus Tchina**

Toujours dans sa stratégie de diversification, Cevital s'est lancée dans la production de jus avec différents formats et goûts.

La gamme de jus Tchina offre un large panel de goûts avec les meilleurs fruits Algérien, les différents jus sont disponibles sous emballage PET dans un format familiales à 2L et individuel a 33Cl, mais aussi sous emballage en verre à 25Cl⁸⁹.

- **Confiture Cevital**

Des confitures en deux variantes, abricot et fraise, en boites métalliques de 400g et 800g. a base de fruit 100% Algérien, sélectionné et broyé au sein même de l'unité de production de Cevital⁹⁰.

⁸⁷ Direction générale de Cevital

⁸⁸ Site officiel de Cevital

⁸⁹ Idem

⁹⁰ Idem

- **Mayonnaise Fleurial**

Produit réalisé à base d'œufs frais de qualité supérieure disponible en format 200g et 395g.

- **Sauces Fleurial**

Ketchup, moutarde et sauce barbecue Fleurial font parti des diversifications des produits de Cevital disponible en format 220g et 435g sous emballage en verre et en plastique⁹¹.

- **Smen Medina :**

Medina est composé d'huiles et graisses végétales raffinées enrichit en vitamines A,D et E, il existe en différents format, 1.8Kg, 900G et 500G.

3.5.1.2. Les produits semi-pro

- **Les triples concentrés Cevital**

Les triples concentré Cevital sont des produits destinés principalement aux professionnelles du secteur de l'hôtellerie, restauration et café.

Ils sont disponibles et commercialisés sous emballage métallique de 4.2Kg l'unité, permettant ainsi d'avoir 10L de produit fini⁹².

3.5.2. La logistique du groupe Cevital

Afin de mieux cerner la stratégie qui a fait de Cevital le leader de l'agroalimentaire en Algérie il faut prendre le groupe Cevital dans son ensemble avec ces différentes filiales qui sont en rapport avec le secteur agroalimentaire et qui lui permettent de maximiser les gains et écraser la concurrence.

- **Entreposage**

Outre ses activités traditionnelles qui sont le sucre blanc, les huiles végétales, les margarines, le site de Béjaia comporte également des installations logistiques majeurs avec des silos géants doté d'une capacité totale de 182 000 tonnes et surtout un terminal de déchargement portuaire d'une capacité de 2 000 tonnes par heure⁹³.

- **Transport (NUMILOG)**

Numilog est une filiale du groupe Cevital, créée en 2012, c'est une chaine logistique qui s'adresse à des clients soucieux de la qualité des services et se définit comme le partenaire durable des entreprises.

Cette filiale offre une prestation complète de Supply Chain à travers tout le territoire national, elle dispose d'une capacité de stockage atteignant les 150 000 palettes dont 35 000 sous température

⁹¹ Idem

⁹² Site officiel de Cevital

⁹³ Idem

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

dirigée. Numilog dispose de 4 plateformes de stockage touchant les 250 000m², dont 3 en Algérie et une France, et disposant surtout de 800 camions qui assurent le transport de marchandise⁹⁴.

3.5.3. Cevital en chiffres

Le groupe emploie 18 000 collaborateurs dont 15 000 en Algérie à travers ses 26 filiales, dans les différents domaines du marché national et international.

L'entreprise possède le complexe agroalimentaire de Béjaïa. En 2012, 450 000 tonnes d'huile, essentiellement destinées au marché national, ont été produites par Cevital Agro Industries.

Dans le domaine du sucre qui est le produit phare de Cevital, en 2013, 1,6 million de tonnes sont attendues, dont un million pour le marché local, estimé à 1,1 million de tonnes. Cette année-là, il était prévu d'exporter 600 000 tonnes vers une vingtaine de pays, en Afrique de l'Ouest, mais aussi vers l'Europe (Ferrero Rocher, Coca-Cola) et le Moyen-Orient. En 2010, première année de vente à l'export, 150 000 tonnes seulement avaient quitté le territoire algérien. Premier exportateur du pays hors hydrocarbures, le groupe produit deux millions de tonnes de sucre en 2014, soit un gain de productivité de 400 000 tonnes. Il s'appuie pour cela sur du matériel unique dans le pays, comme deux grues montées sur quatorze roues et capables de charger et décharger 36 t de sucre par coup de mâchoire. Cevital fournit aussi du sucre liquide à l'industrie algérienne des boissons. L'entreprise, qui produit aussi du sucre roux, est la seule en Algérie à avoir utilisé un navire-usine BIBO (bulk in, bags out), de 30 à 40 000 tonnes qui permet de charger en vrac au départ et de décharger emballer à l'arrivée. La capacité de production en sucre blanc est de deux millions tonnes par an, soit 180 % des besoins algériens. Il est exporté vers le Maghreb et le Moyen-Orient⁹⁵.

Aujourd'hui, le groupe Cevital réalise un chiffre d'affaires de 4 Milliards de dollars et visait à atteindre les 25 Milliards de dollars à l'horizon 2025, avant d'être ralenti par la pandémie mondiale qui a bloqué le commerce mondial sur une grande période ainsi que des raisons politiques propre à l'Algérie sur la même période. Aujourd'hui cette barre des 25 milliards paraît plus difficilement atteignable⁹⁶.

3.5.4. Destination des produits exportés par Cevital

Le groupe a su marquer sa présence sur quatre continents (Afrique, Europe et Amérique latine, Asie) avec un volume d'export parmi les plus élevés en Algérie et en se positionnant parmi les fournisseurs majeurs des marchés européens, de l'Amérique latine ainsi que les pays du Moyen-Orient.

⁹⁴ Site officiel de Numilog

⁹⁵ Direction générale de Cevital

⁹⁶ Site officiel de Cevital

Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Le sucre exporté par Cevital représente 1/3 du sucre total exporté par l'Union Européenne (UE 27/28), ce qui en fait un acteur majeur sur le marché du sucre. C'est ainsi qu'en 2010, plus de 3 millions de tonnes de sucre ont été exportées et ce sur plus de 40 pays. La production de Cevital représente plus de 10% de tout le sucre produit au sein de l'Union Européenne.

L'analyse des exportations de Cevital montre que plus de 16% de ces exportations du sucre sont à destination de la Tunisie, 13,5% de l'Irak, 10,8% de la Syrie et 9,3% du Liban.

La mélasse qui est une mixture résultante du raffinage du sucre constitue le deuxième poste de produits exportés par Cevital en 2014, avec une valeur de 1,3 millions USD. L'Espagne représente le principal débouché des exportations de Cevital en matière de mélasse avec une part de 54%, la Grèce demeure le second client avec 46% de la part du marché⁹⁷.

Conclusion

Les industries agroalimentaires occupent une grande place dans l'économie nationale mais aussi dans le commerce extérieur. Le développement de ces industries est une tâche dont laquelle l'Etat algérien s'est consacré afin de permettre la satisfaction des besoins alimentaires de la population, la sécurité alimentaire, le développement rural et social, la lutte contre la pauvreté et le chômage et la préservation de l'environnement.

Le secteur agroalimentaire en Algérie est réputé pour sa diversification il est constitué d'industrie laitière, industrie sucrière, industrie céréale et industrie huiles et corps gras, bien qu'il soit diversifié, les entreprises agroalimentaires utilisent des matières premières importées.

En effet, même si l'Algérie a un grand potentiel de production dans les industries agroalimentaires, elle n'a pas réussi à faire face à la demande alimentaire tirée par le croît démographique. Aussi les importations de produits agroalimentaires restent élevées car 75 % de sa production est réalisée à partir de matières importées.

Cependant les résultats des recherches que nous avons faits ont montré que le secteur agroalimentaire en Algérie est en perpétuel développement et en amélioration constante, car il occupe déjà la deuxième place du revenu du pays après le secteur de l'énergie. Ce secteur contribue à l'économie nationale de par les importantes parts qu'il génère dans la production brute, dans la valeur ajoutée.

Le secteur agroalimentaire occupe une place importante dans le commerce extérieur, les importations agroalimentaires ont connu une baisse après la mise en place de la politique qui vise à réduire les importations des produits AA et encouragé la production et la consommation des produits locaux.

⁹⁷ Direction générale de Cevital

Introduction

L'entreprise CEVITAL est réputée pour être le premier groupe agro-industriel en Afrique, la deuxième plus grande entreprise exportatrice en Algérie, mais aussi l'entreprise leader des exportations des produits agroalimentaire, avec un chiffre d'affaires avoisinant les 4Mds USD et avec un taux de croissance annuel de 30%. Elle est le premier groupe contributeur au budget de l'Etat mais aussi le premier groupe employeur en Algérie avec près de 18000 employés et plus de 10 métiers, elle possède aussi 26 filiales sur 3 continents.

Créée par Issad REBRAB, en 1998 à Béjaïa, spécialisée dans l'industrie agroalimentaire, elle possède en premier lieu une raffinerie de sucre et d'huile qui sont les produits phares de cette entreprise, le sucre notamment qui est la vitrine de Cevital à l'international, qui lui permet d'attirer des clients de marque tel que Coca-Cola ou Ferrero Rocher. Cependant, Cevital qui voit toujours plus grand à adopter une stratégie de diversification de ces exportations, ainsi, depuis quelques années d'autres produits sont placés sur les différents marchés internationaux tel que les différentes margarines, les graisses végétales, Smen ou même récemment l'eau Lalla Khedidja.

Pour pouvoir s'incruster sur les marchés des différents continents comme le fait Cevital il faut tout d'abord avoir une bonne stratégie de pénétration mais au-delà de la stratégie, il faut se soumettre aux normes internationales en termes de qualités des produits, d'hygiène, de conservation, mais aussi maîtriser les spécificités d'une opération d'exportation et ce qu'elle peut impliquer comme contraintes.

Dans ce chapitre qui sera divisé en trois sections, nous allons en premier lieu procéder à la présentation de l'entreprise CEVITAL, son historique, ses différentes activités, ses objectifs et sa structure organisationnelle, puis en second lieu nous présenterons le processus d'exportation de cette entreprise depuis l'importation des matières premières, en passant par la transformation jusqu'à la procédure d'exportation, puis enfin nous étudierons deux cas d'exportation de produits qui sont le sucre et le Smen dans deux continents différents l'Asie et l'Afrique.

Section 01 : Présentation générale de l'entreprise d'accueil

Dans la section qui suit, nous allons présenter l'organisme d'accueil « Cevital », à commencer par son historique et ses débuts sur la scène nationale puis internationale, sa situation géographique, ainsi que les différentes activités de ce complexe avec ses différentes directions et son choix stratégique. Nous verrons aussi sa structure organisationnelle et ses différents objectifs. On pourra ainsi constater sa perpétuelle évolution au fil des années.

1.1- l'historique de CEVITAL :

Comment parler du géant Cevital sans parler de son architecte Mr Issad REBRAB, car le groupe Cevital qui s'est diversifié dans plusieurs secteurs afin de constamment évoluer est à l'image de son fondateur.

Issad REBRAB est né en 1944, il a créé son cabinet d'expert-comptable en 1968, c'est tout aussi jeune qu'il se lance dans l'entrepreneuriat, en créant des entreprises dans la métallurgie en 1971 puis dans la sidérurgie avec le temps (1991). C'est en suivant la même aptitude qu'il avait dès son jeune âge qu'il crée le groupe Cevital en 1998, elle est la première société privée dans l'industrie de raffinage d'huiles brutes sur le marché Algérien. Elle a pour actionnaires principaux, Mr Issad REBRAB & Fils.

Cevital est parmi les premières entreprises à avoir vu le jour dès l'entrée de notre pays en économie de marché, et est devenue par la suite la troisième entreprise Algérienne par le chiffre d'affaires mais aussi et surtout le leader du secteur agro-alimentaire en Algérie. Son complexe de production se situe dans le port de Bejaia et s'étend sur une superficie de 45 000 m².

Cette entreprise contribue largement au développement de l'industrie agroalimentaire nationale, elle vise à satisfaire le marché national et exporté le surplus, en offrant une large gamme de produits de qualité. En effet, les besoins du marché national en termes d'huile sont estimés à 1200T/j, soit l'équivalent de 12 litres par personne et par an. Les capacités actuelles de l'entreprise sont de 1800T/j, soit un excédent commercial de 600T/j, qui est donc destiné à l'exportation.

Les nouvelles données économiques nationales et internationales dans le marché de l'agroalimentaire font que les meilleurs sont ceux qui maîtrisent d'une façon efficace et optimale les coûts, les charges pour maximiser les gains et offrir le meilleur rapport qualité prix. Ceci est nécessaire pour s'imposer sur les marchés ciblés par l'entreprise en négociant avec les grandes sociétés internationales. Ses produits se vendent dans différentes villes Africaines telles que Lagos, Niamey, Bamako, Tunis, Tripoli, Asiatique tel que (Tokyo), Européenne telles que (Paris) mais aussi et surtout avec les plus grandes sociétés du monde (Coca-cola, Ferrero Rocher.)⁹⁸.

1.2. Briefing sur l'entreprise Cevital

Afin de mieux cerner Cevital nous allons faire un petit détour de tout ce qui englobe cette entreprise.

1.2.1. Situation géographique

Le complexe Cevital se situe au niveau du quai du port de Bejaïa à 3 km sud-ouest de la ville, à proximité de la RN26. Cette situation géographique de l'entreprise est un atout considérable qui lui

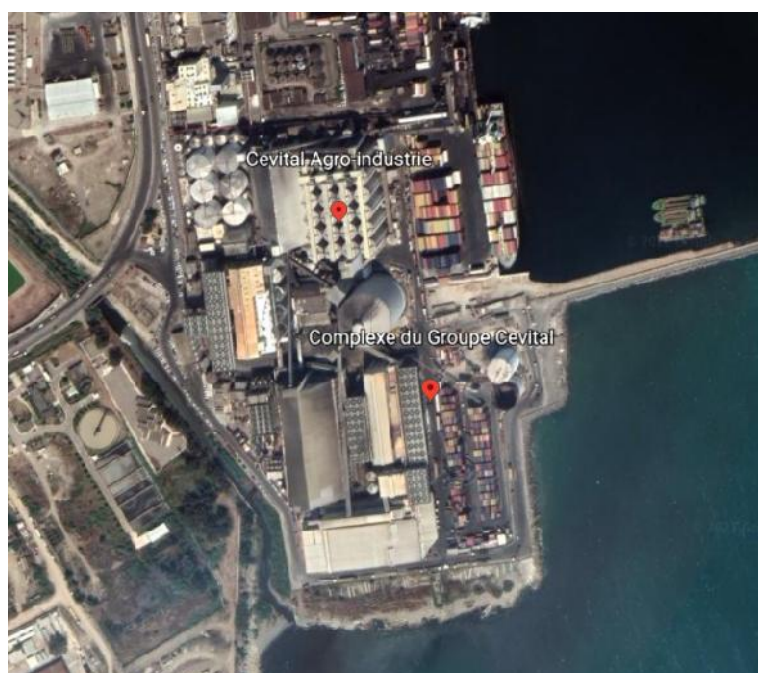
⁹⁸ Site officiel de Cevital.

Chapitre 03 : Procédure d'exportation de l'entreprise Cevital

profite bien, étant donné qu'elle lui confère l'avantage de la proximité économique pour ainsi maximiser ses gains. Car, elle se situe très proche du port et de l'aéroport de Bejaia.

Son complexe de 45 000 m² en fait le plus grand complexe privé en Algérie. Il a une capacité de stockage de 182 000 T/an grâce à ses silos portuaires, elle possède un terminal de déchargement portuaire de 200 000 tonnes/heure pour la réception de matières premières. Enfin elle a un réseau de distribution très important avec pas moins de 52 000 points de vente à travers le territoire nationale. Autant le dire la logistique est un des points fort de Cevital⁹⁹.

Figure 14 : Localisation du complexe du Groupe Cevital



Source : Google Map

1.2.2. La fiche signalétique

- Raison sociale : SPA Cevital Mr Issad REBRAB & fils ;
- Siège social : Complexe Cevital Béjaia 06000, W BEJAIA, Algérie ;
- N° tel : 00213.34.20.20.00/ 034.22.06.96 ;
- N° fax : 00213.34.21.27.73 ;
- Email : info@cevital.com;
- Site http : www.cevital.com;
- Capital social : son capital est de ; 68, 760, 000,000 DA ;

⁹⁹ Google Map.

Chapitre 03 : Procédure d'exportation de l'entreprise Cevital

- CB N° : BADR – Agence Bejaia 003 00357 3002713000 59 : BNP PARIS BAS- Agence Bejaia 072 00713 00000 1800172 ; Société Général- Agence Béjaia 02100501 1130000537 52 ;
- ART N° : 06010108900 M.F : 09980601900821 ;
- RC N° : 98 B03802 BEJAIA¹⁰⁰.

- **Président direction générale (PDG) : Mr Issad REBRAB.**

- **Nombre de travailleur : Plus de 18 000 collaborateurs.**

1.2.3. Activité de l'entreprise

Chaque entreprise souhaite satisfaire ses objectifs, cela à travers les efforts réalisés par l'ensemble de ces dirigeants.

Lancé en mai 1998, le complexe Cevital a débuté son activité par le conditionnement de l'huile en décembre 1998. En février 1999, les travaux de génie civil de la raffinerie en débuté ; Cette dernière est devenue fonctionnelle en août 1999. L'ensemble des activités de Cevital sont concentrées sur la production et la commercialisation des huiles végétales, de margarine et de sucre¹⁰¹.

Elle se présente comme suit :

- Raffinage des huiles (1800 tonnes/jour),
- Conditionnement d'huile finis (1400 tonnes/heure)
- Production de margarine (600 tonnes/jour)
- Fabrication d'emballage PET (Poly Ethylène Téréphtalate) (9600 unités/heure)
- Raffinage du sucre roux (1600 tonnes/jour)
- Stockage céréales (120 000 tonnes)
- Minoterie et savonnerie en cours d'étude.

- Les activités Cevital au niveau de la commune Béjaia

Au niveau de la commune de Béjaia, l'entreprise Cevital fait la contribution des installations suivantes (l'industrie agro-alimentaire) :

- La production de la margarinerie.
- Le raffinage de sucre.
- Le raffinage des huiles alimentaires.
- Silos portuaires¹⁰².

¹⁰⁰ Site officiel de Cevital.

¹⁰¹ Idem.

¹⁰² Site officiel de Cevital.

- L'activité de Cevital au niveau de la commune d'El Kseur :

Au niveau de la commune d'El Kseur (Béjaia) on trouve l'unité de production de jus de fruits COJEK qui a été racheté par le groupe Cevital dans le cadre de la préservation des entreprises publiques Algériennes en novembre 2006¹⁰³.

- L'activité de Cevital au niveau de la commune Agouni Gueghrane :

Au niveau de la commune Agouni Gueghrane (Tizi-Ouzou) dans les montagnes de Djurdjura qui culmine à plus de 2300 mètres, le groupe Cevital a inauguré en 2007 l'unité de production d'eau minérale Lalla Khadîdja¹⁰⁴.

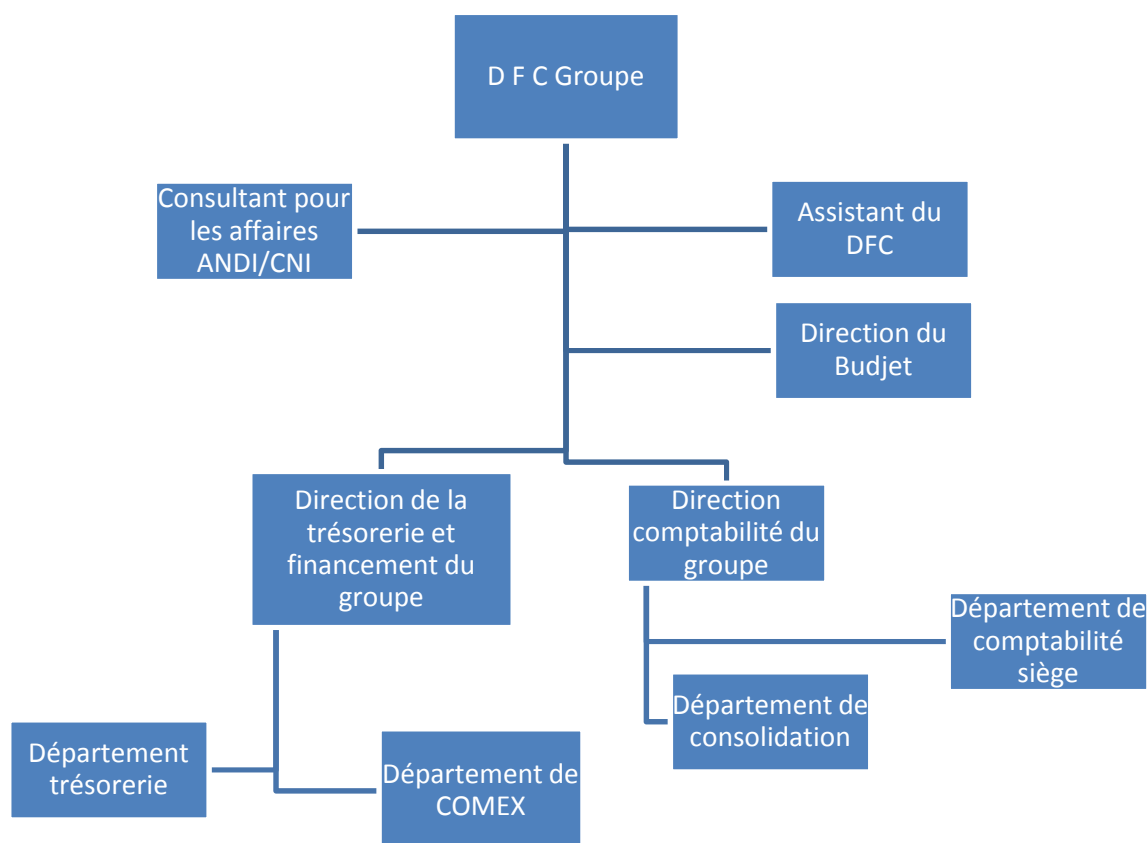
1.2.4. Structure organisationnelle du complexe Cevital

Le complexe Cevital fonctionne selon une structure hiérarchique et fonctionnelle tout en bénéficiant des avantages de cette combinaison qui met en avant les principes de commandement, la verticalité de la circulation de toute information et données et offre plus de spécialisation et de fluidité.

¹⁰³ Site officiel de Cevital

¹⁰⁴ Idem.

Figure 15 : L'organigramme du département du commerce international.



Source : Direction générale de Cevital

1.3. Les principales missions des différentes directions du complexe

a) La direction générale

Elle s'occupe de l'établissement des plans stratégiques et des décisions sur la politique du marketing à adopter en collaboration avec la direction du siège d'Alger. Elle a également pour mission la coordination, l'orientation et la motivation des autres directions. La direction générale est présidée par un président directeur général (PDG) qui est l'actionnaire majoritaire¹⁰⁵.

b) La direction des ressources humaines

Elle est l'un des piliers de l'organisation structurelle de Cevital, sa fonction consiste en :

- La gestion administrative du personnel (le règlement des salaires, les dossiers de la sécurité sociale et les employés, les congés, etc.) ;
- La gestion prévisionnelle (le recrutement et le suivi d'effectif, la formation du personnel...)
- Tous les aspects sociaux et relations humaines dans l'entreprise ;

¹⁰⁵ Direction générale de Cevital

- Participer avec la direction générale à l'élaboration de la politique de communication afin de développer l'adhésion du personnel aux objectifs fixés par l'organisation¹⁰⁶.

c) La direction technique contrôle de qualité

Elle est dotée de quatre laboratoires, laboratoire du suivi d'huile, de margarine, de sucre et de conditionnement. Ils assurent le contrôle et le suivi de la qualité des produits et tous leurs processus de production par l'élaboration des bilans chaque quart d'heure au plus tard une demi-heure, et cela sous la supervision de laboratoire central qui suit la qualité microbiologique des différents produits¹⁰⁷.

d) La direction projet

Elle collabore avec la direction générale, elle a pour mission la réalisation et le suivi des projets, elle se charge de la réalisation de tous les travaux de la construction ou d'extension, et de l'installation des équipements techniques et mécaniques¹⁰⁸.

e) La direction finance et comptabilité (DFC)

Elle constitue l'organe de vision du complexe, elle recouvre la direction informatique, et elle s'occupe de :

- La détermination et la distribution des budgets financiers nécessaire à chaque direction, pour le suivi de leur patrimoine ;
- La comptabilisation quotidienne de toutes les entrées et sorties d'argent selon les pièces justificatives signalées ;
- La satisfaction des besoins aux meilleures conditions d'exactitude, de précision et de délai pour que l'entreprise prenne facilement ses précautions vis-à-vis des tiers¹⁰⁹.

f) La direction commerciale

Elle gère toutes les relations avec l'environnement de l'entreprise, elle assure la commercialisation des produits finis et le suivi de ses clients qui sont repartis principalement à travers le territoire national et quelque pays étrangers. Pour se faire, la direction a adopté la structure suivante :

- Participer à l'élaboration de la politique commerciale de l'entreprise ;
- Orienter, distribuer, développer, organiser la production des huiles ;
- Coordonner les activités de son département¹¹⁰.

¹⁰⁶ Direction générale de Cevital.

¹⁰⁷ Idem.

¹⁰⁸ Idem.

¹⁰⁹ Département finance, Cevital.

¹¹⁰ Département commerce, Cevital.

g) La direction raffinerie d'huile

Elle a pour mission de raffiner l'huile brute dans les meilleures conditions, étant dotée d'une salle de contrôle informatisée qui permet ainsi des paramètres de raffinage basées sur les caractéristiques physico-chimiques des huiles¹¹¹.

h) La direction margarinerie

Elle cherche à rationaliser l'utilisation de ses équipements de production pour obtenir une productivité optimale tout en respectant les avantages comparatifs que peut offrir les produits finis¹¹².

i) La direction raffinerie de sucre

La raffinerie de sucre s'occupe du raffinage du sucre roux pour le transformer en sucre blanc, prêt à être conditionnée¹¹³.

j) La direction conditionnement

Organisée en équipe de 3x8, elle fonctionne 24h/24, sa mission est la fabrication des emballages et la mise en bouteille de l'huile raffinée¹¹⁴.

k) La direction logistique (D log)

La direction logistique a été créée en janvier 2003, elle est considérée comme le pilier de l'entreprise car elle joue le rôle de support pour les autres directions, en leurs fournissant les ressources matérielles, financières et d'informations nécessaire elle se divise en quatre services¹¹⁵ :

l) Service approvisionnement

Sa mission est d'assurer l'approvisionnement en matières première, il constitue également un soutien logistique et technique pour les autres structures puisqu'il les approvisionne en matière de fournitures de bureau et d'équipement.

m) Service magasinage

Il s'occupe du stockage et du magasinage des produits consommables et fournitures ainsi que des matières premières.

n) Services expéditions

Il est chargé de :

L'expédition des huiles, des margarines, du sucre et prochainement des céréales.

- La gestion des fichiers ;
- L'établissement des bons de consignment ;

¹¹¹ Direction générale, Cevital.

¹¹² Idem.

¹¹³ Idem.

¹¹⁴ Idem.

¹¹⁵ Idem.

- La restitution des palettes ;
- L'achat de nouvelles palettes et intercalaires.

o) La direction exploitation

Elle regroupe les directions suivantes :

- La direction recherche et développement ;
- La direction énergie et utilité ;
- La direction des opérations portuaires ;
- La direction de la maintenance centrale et travaux neufs¹¹⁶.

p) La direction marketing

Nouvellement créée, dans le cadre des préoccupations stratégiques du groupe d'adopter de mieux en mieux ses politiques et ses objectifs pour satisfaire le marché cible, cette direction devrait alors établir une politique de marketing. Elle permettrait au complexe d'ajuster et de mieux maîtriser ses politiques de produit, de prix, de communication et de distribution. Cette direction permettra de renforcer sensiblement l'efficacité du réseau de distribution des produits¹¹⁷.

L'interface avec la direction commerciale devrait être judicieusement identifiée.

q) La direction des silos

Elle a pour mission d'assurer le stockage dans les conditions requises des produits entrant dans les processus de production du complexe. Cette direction assure la gestion de trois zones :

- Zone 1 « ou zone quai » : c'est une zone où s'effectue la réception des navires (déchargement).
- Zone 2 : composée de 27 silos et d'un hangar destiné au stockage.
- Zone 3 : c'est la zone des expéditions.

r) La direction de distribution

Elle regroupe les services suivants :

- Fret export : elle a pour mission de :

Gérer les stocks et anticiper les risques de ruptures (des stocks de conteneurs et des moyens de transport)

- Assurer du bon déroulement de l'approvisionnement et le délai de livraison et la bonne exécution des achats.
- Le service logistique ramène des TC (transport conteneur), le fret export assure le bon déroulement de cette opération en termes de qualité des TC, de quantité et des mises en

¹¹⁶ Direction générale de Cevital.

¹¹⁷ Idem.

Chapitre 03 : Procédure d'exportation de l'entreprise Cevital

disposition dans les délais convenus, aussi il règle les différentes difficultés liées aux achats et l'approvisionnement.

- L'interface des fonctions du support externe : Le fret export est l'intermédiaire entre « la compagnie maritime » et « la logistique », son rôle est de régler les obstacles liés aux moyens de transport.
- Vraie veille à la consolidation des comptes fournisseurs, confirmé que ces derniers ont été payés (en termes d'emportage des TC).
- Suivi des stocks, congestion des ports, les voyages, les routins, navire en attente d'accostage et les récapitulatifs : vérifier la direction du navire, libérer une place dans la douane pour les conteneurs, veiller, ...
- Suivre le planning d'approvisionnement et de livraison : suivre toujours les opérations en constance.
- Suivre quotidiennement les opérations logistiques (emportage, chargement, scellement, priorité des expéditions). Cette opération est aussi nécessaire pour la préparation des documents.
- Suivre et superviser les opérations relatives aux formalités administratives : les autorités portuaires, paf douane et autres organismes si nécessaire comme DCP, INPV.
- S'assurer de la bonne conduite des opérations d'emportage, chargement, scellement et l'entrée des marchandises au port et signaler toutes anomalies constatées¹¹⁸.
- Service transit et transport : Ce service est chargé de transporter les marchandises et d'assurer le transport du personnel. Il joue également un rôle au niveau des exportations puisqu'il garantit l'acheminement des produits jusqu'à l'acheteur.
- Service planification export : il planifie l'opération d'exportation, ensuite il envoie la notice d'expédition pour tous les services qui ont la relation avec l'exportation.
- Service Back office : Ce service s'occupe de la préparation de tous les documents exigés par le client.
- Service contrôle de prestation : Il paye tous les coûts qui concernent les documents préparés par les différents organismes (C.C, C.M, INPV, etc.) pour répondre aux exigences du client.

- Les CLR de Cevital

Les CLR (Centre de livraison régional) font partie des nouvelles stratégies adaptées par Cevital en 2014, dans le but de réduire la pression sur le complexe, de rapprocher beaucoup plus la marchandise au client et aussi tenir sa place sur le marché en faisant face à la concurrence.

¹¹⁸ Direction générale de Cevital.

Cevital dispose de 18 CLR qui sont déployés partout au niveau du territoire national selon les PLF (plateforme de distribution) sur 3 zones géographiques (centre, est, ouest)¹¹⁹.

1.4. La part de marché de Cevital

Depuis sa création à nos jours, Cevital jouit d'un statut, d'une image de marque et d'une réputation à l'échelle nationale et internationale privilégiée.

- Pour l'huile, l'entreprise Cevital détient entre 65 et 75% de parts de marché national ;
- Pour le sucre, elle détient entre 75 et 85% de parts de marché national ;
- Pour la margarine, elle a une part très minime, à cause de la concurrence nationale et internationale accrue ;
- Cevital contribue largement au développement de l'industrie agro-alimentaire.

Ses activités se sont avérées hautement rentables. Elles ont permis à l'Algérie de diminuer sensiblement ses importations de sucre, d'huile et de margarine, renforçant ainsi la balance commerciale du pays.

Cevital exporte son excédent de production dans les pays voisins (Tunisie, Lybie) et européen. La réussite de Cevital lui a permis de :

- Se tailler, en 12 ans, une part de marché dominante des produits alimentaires de base en Algérie ;
- S'assurer une compétitivité affirmée sur le marché régional (Afrique du nord) sur les produits alimentaires de base et ce, grâce à la maîtrise de ses coûts, de la technologie utilisée et d'une couverture appropriée du marché tant national que régional ;
- D'envisager de s'ouvrir à d'autres activités industrielles. En effet, le succès enregistré dans le domaine agroalimentaire dénote d'une stratégie et d'une capacité managériale certaine qui peuvent encourager le groupe à initier d'autres investissements d'envergure¹²⁰.

Section 02 : Processus d'exportation de l'entreprise Cevital

L'opération d'exportation est une procédure assez complexe, avant d'en venir à cette étape l'entreprise doit d'abord combler la demande locale, après s'être bien incrustée et imposée dans le marché national, l'entreprise peut sonder les marchés étrangers.

La réussite d'une telle opération dépend de plusieurs éléments, notamment la mise en place d'une bonne stratégie qui définit les objectifs de l'entreprise ainsi que la ligne de conduite à suivre pour les atteindre.

Enfin les moyens financiers et humains qui sont à disposition de l'entreprise sont tout autant déterminants dans un processus d'exportation.

¹¹⁹ Données de la direction générale de Cevital.

¹²⁰ Direction générale de Cevital.

2.1. Les produits exportés par Cevital

Cevital, le leader de l'agroalimentaire en Algérie plus connu pour sa production de sucre, dispose aussi d'une grande palette de produits.

a) Raffinerie de sucre

C'est le produit phare de Cevital il est disposé comme suit :

- Le sucre blanc : Les sacs de 50kg et des big bag de 1 000 kg ;
- La mélasse : C'est un résidu du processus de raffinage du sucre roux, destiné essentiellement à l'exportation.

b) Les huiles

Les huiles font aussi parties des plus anciennes productions de Cevital.

- Fleurial : 100% tournesol (depuis 1999) ;
- Fridor : 100% mélange tournesol, colza et palme ;
- Elio : Huile végétale (soja, palme).

c) La margarine

Il y'a deux types de margarines :

• Margarine de table

Cevital dispose de 03 modèles de margarine de table :

- Matina en barquettes de 400g et en plaquettes de 250g ;
 - Fleurial en barquettes de 500g et en plaquettes de 250g ;
 - Rania en barquettes de 400g et en plaquettes de 250g.
- ##### • Margarine de feuilletage

La margarine de feuilletage existe en un seul format qui est :

- La parisienne en plaquettes de 500g.

d) Graisses végétales

Cevital dispose aussi d'une large gamme de graisses destiné à l'exportation :

- Graisses de coco 27-29 ;
- Graisses de coco 31-33 ;
- Graisse de coco 34-36 ;
- Graisse de palmiste 35-37 ;
- Shortening 38-40.

e) Smen

Enfin parmi les différentes diversifications de Cevital, le Smen :

- Medina 100% végétale en pots de 1.8kg¹²¹.

2.2. Les capacités du complexe CEVITAL

L'entreprise CEVITAL possède un complexe dont les capacités sont très variées, elles se présentent comme suit :

2.2.1 Les capacités de production

Les capacités de production sont :

a) Les huiles végétales

La toute première activité concernant huiles végétales fut le conditionnement de ces dernières, cette activité a connu le jour en Décembre 1998, avec une capacité de 600t/j, sa capacité de production a augmenté à 800t/j, le 20 Aout 1999 lorsque la raffinerie des huiles végétales est enfin devenue totalement fonctionnelle, jusqu'à atteindre 1800t/j en octobre 2001 et cela due à une deuxième raffinerie d'une capacité de 1000t/j.¹²²

b) La margarine

En Mai 2001, la production de la margarine est lancée par une unité d'une technologie Allemande « totalement automatisée », de six lignes de production d'une capacité de 600t/j. La margarine FLEURIAL, MATINA et RANIA bénéficient d'une procédure de fabrication ultra moderne qui leur assure des qualités organoleptiques et nutritionnelles incontestables¹²³.

c) La raffinerie de sucre

Lancée début 2003 cette raffinerie recouvre une surface énorme de 12000m², divisée en quatre compartiments :

- Un hangar de 5000m² servant à stocker jusqu'à 50000 tonnes de sucre roux ;
- Une unité de raffinage de sucre d'une surface de 3800m² et d'une capacité de production journalière de 2000t/j ;
- Quatre silos de stockage de sucre blanc (raffiné) d'une surface de 1500m² et dont la contenance peut atteindre les 3000t par silos ;
- Une unité de conditionnement de 1450m² ¹²⁴.

¹²¹ Site officiel de Cevital.

¹²² Direction Générale de Cevital.

¹²³ Idem.

¹²⁴ Idem.

d) Le conditionnement

Le conditionnement regroupe l'ensemble des opérations qui garantissent les caractéristiques du produit depuis sa fabrication jusqu'à sa bonne utilisation par le consommateur, en d'autres termes le conditionnement consiste en la fabrication des emballages (bouteilles : 5L, 2L, 1L) et à partir des préformes en PET.

2.2.2 Les capacités en ressources humaines

L'effectif du complexe est passé de 456 personnes à sa création à 4379 personnes en aout 2010. Entre cadre dirigeants, cadres supérieurs, cadre moyens, agents de maitrises et agents d'exécutions. La majorité de l'effectif est constitué d'agents d'exécution qui représentent plus de 65% du total des effectifs¹²⁵.

2.2.3 Les capacités commerciales

Créée au début de l'année 2007, la direction commerciale de CEVITAL est aujourd'hui composée de :

- 01 directeur commercial ;
- 01 secrétaire ;
- 01 chef de ventes ;
- 04 chargés de clientèle ;
- 08 facturiers ;
- Un chargé des statistiques.

2.2.4. Les capacités des expéditions

Les expéditions font partie intégrante de la direction logistique. Les capacités de chacune des unités de production ou raffinerie sont :

- Pour la raffinerie d'huile :

Trois équipes qui travaillent en 2*8 heures, la capacité de chargement en huile est de 50 camions par jours soit 1200. Chaque équipe est composée de :

- 01 chef de quai ;
- 01 facturier ;
- 01 magasinier ;
- 01 chargé de palette ;
- 06 caristes.

¹²⁵ Direction générale de Cevital.

- Pour la margarinerie :

Elle est composée de deux équipes qui travaillent 2*8 heures, la capacité de chargement est de 7 à 8 camions par jour, soit 160 palettes par jour. Chaque équipe est composée de :

- 01 chef de quai ;
- 01 magasinier ;
- 02 caristes (un pour le CLARK et un pour la gerbeuse) ;
- 02 manutentionnaires.

- Pour la raffinerie de sucre :

La capacité de chargement est de 80 camions par jour, soit 02 tonnes par camion. Deux équipes de 2*8 heures y travaillent, ces dernières sont composées de :

- 01 chef de quai ;
- 01 facturier ;
- 18 manutentionnaires ;
- 03 agents d'entretiens.

2.2.5. Les moyens humains dédié à la logistique

La bonne distribution des produits du complexe est assurée par 106 personnes qui travaillent 2*8 heures (une équipe de 5h jusqu'à 13h et l'autre de 13h jusqu'à 21h) elles sont réparties comme suit :

- 01 responsable logistique ;
- 01 responsable des expéditions ;
- 07 chefs de quais ;
- 42 caristes ;
- 14 manutentionnaires ;
- 15 magasiniers ;
- 3 responsables des palettes ;
- 18 personnes pour les tries des palettes.
- 5 facturiers¹²⁶.

2.2.6. Les moyens matériels

Le complexe utilise deux catégories de moyens, les moyens utilisés directement par le complexe et les moyens loués aux dépositaires :

Ceux qui sont directement utilisé par Cevital sont disposé comme suit :

105 tracteurs camions semi-remorques ;

¹²⁶ Direction générale de Cevital.

140 semi-remorques ;
10 camions de 10 tonnes ;
03 citernes ;
06 Clark et 02 gerbeuses ;
107 camions de distribution ;
09 cellules frigos.

2.2.7. Les capacités de stockage

L'entreprise Cevital dispose, en dehors du complexe, de plusieurs lieux de stockage pour chaque produit, répartis comme suit :

1600 palettes d'huiles à l'intérieur de l'entreprise Cevital et 4000 palettes à EDIPAL ;
1400 palettes de margarines à l'intérieur de la chambre froide ;
12000 tonnes de sucre au complexe (dans des silos), 1649 tonnes à IDIPAL ;
2442 tonnes à ICOTAL ;
5310 tonnes au JUTE ;
15955 tonnes à ENAB.

2.3. Présentation de la démarche d'exportation de Cevital

Le processus d'exportation diffère d'une entreprise à l'autre au même titre que diffèrent les moyens financiers d'une entreprise à l'autre, ainsi la stratégie d'exportation d'une entreprise se définit par les moyens de cette dernière.

Une fois la stratégie définie, Cevital se met alors à prospecter et sonder les marchés étrangers afin de réussir une bonne implantation qui se voudra durable.

2.3.1. Les étapes préliminaires de la démarche d'exportation

Avant de se lancer dans une opération d'exportation et avant même d'établir une stratégie de pénétration des marchés, une entreprise se doit de déterminer ses forces et ses faiblesses.

a) Les forces de Cevital

Cevital a développé une capacité de production qui lui permet de satisfaire toute la demande nationale en huiles, sucres et autres boissons le tout avec un rapport qualité prix qui lui a permis de faire face à toute concurrence. Cette capacité de production, Cevital la doit notamment à son atout fondamental qui se trouve à Béjaia, ce complexe de production est situé à proximité du port de la ville lui facilitant notamment les prestations logistiques.

Chapitre 03 : Procédure d'exportation de l'entreprise Cevital

Autre point non moins important, Cevital a une faculté à se diversifié et offrir plusieurs gammes de produits à ses clients, ce qui renforce l'image de marque de cette entreprise et imprègne une confiance totale dans l'esprit du consommateur¹²⁷.

b) Le choix du marché

L'étude de marché est une étape cruciale dans le processus d'exportation, il permet à une entreprise de déterminer quel marché étranger présente le meilleur potentiel pour un produit mais aussi la viabilité de ce produit sur ce marché. Lorsque Cevital s'est lancer dans l'exportation elle a visé un petit nombre de marchés étrangers tout en prenant compte les aspects environnemental, démographique et physique, politico légal mais aussi économique et socioculturel.

• Les études de marchés internationaux de Cevital

La réalisation des études de marché au sein de l'entreprise Cevital est effectuée par le chargé des exportations qui estime que le meilleur moyen d'y procéder consiste à se déplacer dans le marché ciblé afin de collecter des informations plus précises et de garantir leurs fiabilités.

Ces dernières sont notamment axées sur la réglementation en vigueur, la demande du marché en rapport avec les produits offerts par l'entreprise, les concurrents déjà présents sur le marché, les prix pratiqués, les habitudes des consommateurs locaux etc...

Ces études du marché permettent au chargé d'exportation d'établir une stratégie de prix à l'exportation et qui consiste notamment en la détermination des prix de pénétration du marché, pour cela il faut négocier avec les différents agents pour obtenir les meilleurs couts relatifs au fret maritime, mais aussi établir un plan afin de convaincre le client en imposant les prix de l'entreprise¹²⁸.

• Les modes de prospection utilisés par Cevital

Dans son étude du marché Cevital peut utiliser différente mode de prospection, on a entre autres :

- La participation à différentes manifestations commerciales notamment foires et salons internationaux ;
- Les missions de prospections effectuées, par le chargé des exportations, sur les marchés étrangers ;
- L'invitation des clients a forts potentiels dans le but de leur faire découvrir l'entreprise et sa gamme de produits ;
- La prospection sur internet, en suivant l'ère du temps Cevital a recours aux nouvelles technologies d'information et de communication.

¹²⁷ Site officiel de Cevital.

¹²⁸ Direction générale de Cevital.

• Les modes d'entrées de Cevital

Les modes de présences et de commercialisation des produits de Cevital sur les marchés étrangers se fait en fonction du client et du pays de destination, l'entreprise sait donc s'adapter aux différents marchés qu'elle cible.

Cevital exporte aussi ses produits via des importateurs ou distributeurs qui importent les produits de l'entreprise autant que produits finis et se chargent de leurs commercialisations sous la marque « CEVITAL » avec un packaging défini, ou bien à des entreprises industrielles qui les utilisent en tant que matières premières dans leur processus de fabrication comme Ferrero Rocher ou Coca-Cola¹²⁹.

2.3.2. Le contrat de vente à l'international

a) Négociation du contrat et le choix de l'incoterm

Suite à un entretien entre le commercial et l'importateur, ce dernier a spécifié les produits et les quantités qu'il souhaitait acheter. Le commercial fait une offre de prix ainsi le choix de l'incoterm qui revient à l'entreprise et qui a jusqu'à présent toujours négocié la majeure partie des exportations en CFR c'est-à-dire qu'elle effectue le chargement de la marchandise sur le navire qu'elle a choisi, procède au dédouanement à l'export et paye également le fret maritime jusqu'au port convenu, le risque de perte ou de dommage que peut subir la marchandise ainsi que toute augmentation des frais sont transférés du vendeur à l'acheteur lorsque la marchandise passe le bastingage du navire au port d'embarquement. Ensuite, ces deux parties négocient certaines conditions relatives aux termes du contrat, à savoir le prix, le mode de paiement, le mode de transport, les délais de livraison ainsi que la durée de validité du contrat¹³⁰.

b) Techniques de paiement utilisé

Pour ce qui est de l'entreprise Cevital, celle-ci utilise dans ses transactions internationales une des techniques déjà vue dans le cadre théorique, qui est le crédit documentaire ou la lettre de crédit irrévocable et confirmée conforme à la loi des finances 2009. Elle a choisi cette technique, car elle lui permet d'annuler le risque d'impayé et assure à l'entreprise d'être payée rapidement par la banque émettrice, mais à condition que les documents présentés soient conformes aux exigences de la lettre de crédit¹³¹.

c) Les risques liés à l'exportation et leur couverture

En vue d'être vigilante dans le choix de ses clients étrangers, l'entreprise Cevital a recours à une technique de paiement sécurisante qui est la lettre de crédit irrévocable et confirmée dans ses

¹²⁹ Direction générale de Cevital.

¹³⁰ Idem.

¹³¹ Idem.

transactions commerciales internationales. Ce qui induit que l'entreprise est confrontée très rarement aux différents risques.

De plus, Cevital travaille en collaboration avec des traders grâce à leurs connaissances et leurs maîtrises de l'activité il prémunit l'entreprise de tous ces risques à l'international en plus de la souscription aux assurances à l'export niveau national à savoir CAGEX, ALGEX et autres organismes vus dans la partie théorique.

2.3.3. Les opérations effectuées pendant la démarche d'exportation

Les opérations effectuées par l'entreprise Cevital sont les suivantes :

- **La réception de la demande**

La réception de la demande est la première étape dans la démarche d'exportation chez l'entreprise Cevital. Cette demande est représentée sous la forme d'une notice d'expédition.

- **Planification export**

Après la réception de la demande, le service planification export va réaliser les opérations suivantes :

Première partie

Calcul de la cotation : Le calcul de la cotation se fait à partir de coût de production et les frais de transport.

Etablissement de la facture pro forma : L'entreprise mentionne sur le document les informations suivantes : La date, le nom du client, le prix unitaire, le montant total et précisément la monnaie utilisée, l'incoterm de vente, le mode de paiement, les coordonnées du compte bancaire de l'entreprise.

Confirmation de la commande : Cette étape dépend de la signature de la facture pro forma.

Etablissement de la notice d'expédition : Les informations mentionnées sur cette dernière sont les suivantes¹³² :

- Numéro d'expédition et date d'émission ;
- L'acheteur et son adresse ;
- Informations sur la marchandise ;
- Désignation commerciale de la marchandise ;
- Tonnage ;
- Conditionnement ;
- Emballage et nombre d'unités.

¹³² Direction générale de Cevital.

Dates liées à toute opération

- Date de dénomination (signature du contrat) ;
- Date d'expédition ;
- Lieu de déchargement ;
- Lieu de livraison ;
- L'incoterm choisi.

Instructions documentaires

- Facture commerciale ;
- Certificat d'origine ;
- Connaissance maritime B/L (Bill of lading);
- Liste de colisage ;
- Certificat sanitaire ;
- Certificat de non GMO (non modification génétique de l'organisme) ;
- Certificat d'analyse ;
- Certificat phytosanitaire ;
- Certificat de poids et de qualité, colisage (expert et autres documents) ;
- Acheteur plus réceptionnaire, fournisseur, qualité, type de conditionnement, type d'emballage, tonnage (brut et net), numéro du lot, et autres instructions particulières.

Impression de la facture commerciale

Impression de la facture commerciale qui va donc venir faire acte de foi de la vente de la marchandise.

Deuxième partie :

- Ouverture de la lettre de crédit (L/C) par le client ;
- Réception copy by SWIFT de paiement ;
- Vérification de données reportées sur le SWIFT bancaire par rapport au contrat conclu ;
- Vérification de la liste des documents exigés par le client et s'assurer de la faisabilité ;
- S'assurer que les termes et les clauses sont respectées ;
- La remise de la facture définitive à la direction des finances et comptabilité pour la domiciliation bancaire ;
- Transmission de la notice d'expédition à toutes les parties intervenantes.

La préparation de la production

Dans cette étape il est nécessaire d'établir en premier lieu des maquettes d'emballages relative aux spécificités de la marchandise commandé par le client, ensuite, le chef de service s'occupera de donner l'ordre de lancement de la production tout en se souciant de respecter les délais de livraison engagés¹³³.

Suivis qualité

Des laboratoires contrôlent la conformité des normes physico-chimique, relatif aux fiches techniques, ils établissent les certificats demandés par le client, à savoir :

- Certificat d'analyse ;
- Certificat de santé ;
- Certificat phytosanitaire ;
- Certificat de qualité¹³⁴.

Préparation de l'expédition :

Cette opération est repartie entre les différentes directions suivantes :

- **Direction logistique département plateforme**

Affectation des TC (transport conteneur) par contrat et la mise à disposition des expéditions produites au TC demander.

- **La direction empotage service d'expédition**

Cette direction s'occupe de réceptionner les TC sur les quais d'empotage le jour J, ensuite superviser l'opération d'empotage et la transmission de l'état d'empotage au département Export Bejaia. Le respect des délais dans les opérations d'empotage est obligatoire.

- **La direction transit**

Enlèvement de TC auprès des armateurs à la réception de la facture définitive remise par le département export Bejaia et assurer le suivi des opérations transit auprès des institutions douanières et maritimes, ainsi la remise de l'ensemble des documents transit au DEB à savoir l'ensemble du BL, certificat de transport etc...

- **Département export**

Remise des documents si dessous à la direction transit :

- Liste de colisage ;
- Préparation des documents demandés par l'acheteur conformément à la L/C (lettre de crédit) ;
- La facture commerciale ;
- L'ensemble du BL ;

¹³³ Direction générale de Cevital.

¹³⁴ Idem.

Chapitre 03 : Procédure d'exportation de l'entreprise Cevital

- Certificat d'origine, d'analyse, de santé, phytosanitaire, de qualité et d'emballage conformément à la L/C.

- **Rapatriement des fonds**

Cette étape est répartie en deux tâches :

- **Département export** : Remise des documents à la direction des finances et comptabilité conformément à la L/C après cette opération, la remise du SWIFT, relatif au virement effectué par le client.
- **Direction des finances et comptabilités** : confirmation du transfert des fonds et la transmission de l'attestation de rapatriement au département export Bejaia et à la direction transit dans un délai de 180 jours¹³⁵.

Section 03 : Etude des opérations d'exportation de l'entreprise Cevital

Cevital comme toute entreprise qui fait de l'exportation a une ligne de conduite à suivre, une méthodologie à respecter pour ainsi rester dans le cadre juridique du pays et se soumettre aux exigences du commerce international. Ainsi nous allons suivre deux opérations d'exportation qu'a entrepris Cevital pour en savoir plus sur le côté pratique des exigences du commerce extérieur.

3.1. Le groupe Cevital sur la scène internationale

Le groupe Cevital développe depuis de nombreuses années une ambitieuse stratégie d'acquisition à l'international, à la recherche de relais de croissance à l'horizon 2025. En lui permettant d'atteindre une taille critique, cette stratégie le fait changer d'échelle et le fait entrer dans la scène des plus grandes entreprises mondiales.

- **Objectifs de Cevital**

L'entreprise a pour mission principale de développer la production et d'assurer la qualité et le conditionnement des huiles, des margarines et du sucre à des prix nettement plus compétitifs, et cela dans le but de satisfaire le client et de le fidéliser.

Les objectifs visés par Cevital peuvent se présenter comme suit :

- L'extension de ses produits sur tout le territoire national ;
- L'implantation de graines oléagineuses pour l'extraction directe des huiles brutes ;
- L'optimisation de ses offres d'emploi sur le marché du travail ;
- L'encouragement des agriculteurs par des aides financières pour la production locale des graines oléagineuses ;

¹³⁵ Direction générale de Cevital.

- La modernisation de ses installations en termes de machine et de technique pour augmenter le volume de sa production ;
- Positionner ses produits sur le marché international par leurs exportations.

3.1.1. Présentation de l'entreprise de « TRADE »

Cevital comme tout géant de l'exportation qui se respecte dispose d'une boîte faite spécialement pour la négociation de ses contrats ainsi que la prospection de potentiels clients.

- **A propos de ANTEI INTERNATIONAL SA**

Afin de se faire connaître à l'international et de prospecter de nouveaux marchés, l'entreprise Cevital participe d'une part aux différentes manifestations commerciales internationales de l'agroalimentaire où les plus grands professionnels se rencontrent et se découvrent. En plus, l'entreprise exportatrice dispose d'une boîte de négociation (Trade) en Suisse sous la nomination (ANTE INTERNATIONAL SA) dont elle collabore régulièrement avec eux dans le but de prospecter de nouveaux clients et de nouveaux marchés tout en détectant les risques et les opportunités offertes. Avant de procéder à l'établissement d'une offre sous forme d'une pro forma, le Trade s'assure auprès du services planification export pour confirmer la faisabilité de la vente pour la période requise à travers :

- La disponibilité de la marchandise selon la planification locale, quantité et qualité.
- La disponibilité des moyens de transport : navires/conteneurs etc...

3.1.2. Description d'ANTEI INTERNATIONAL

L'entreprise ANTEI INTERNATIONAL SA est une SA (société anonyme) basée à Genève, dans le canton de Genève, qui a été fondée en 2013 pour Cyril Francart (Membre du conseil d'administration). Son numéro d'identification UID est le CHE-309.025.344. Elle est active dans le secteur « commerce de gros de sucre, chocolat et confiserie »¹³⁶.

- **Son but :**

Achat, vente, négoce, commerce, échange, fourniture, gestion, transport, stockage, distribution ou disposition, à titre principal ou en tant qu'agent, de matières premières et de produits finis agroalimentaires et de tous autres produits, ainsi qu'exercice de toute activités et services y relatifs, notamment administratifs, financiers, techniques, économiques ou de gestion et de conseil en relation avec ces activités, en Suisse et à l'étranger (cf. statuts pour but complet).

La réception de la demande et l'établissement de la facture pro forma « ANTEI INTERNATIONAL SA ».

Après la réception de la demande le Trade envoie une facture pro forma pour son client.

¹³⁶ Businessmonitor.com

3.2. Etude des opérations d'exportation de Cevital

Afin de mieux cerner la procédure d'exportation de Cevital nous allons étudier les différentes étapes pour deux produits différents avec deux techniques de paiement différentes afin d'exporter vers deux pays différents dans deux continents différents.

3.2. Premier cas, Exportation de sucre blanc vers le Liban

Nous allons voir dans ce premier cas l'exportation du produit phare de Cevital vers le Liban, en Asie, nous allons donc nous intéresser à la technicité de cette procédure vers un tout autre continent.

3.2.1. Les étapes de l'opération d'exportation du sucre blanc vers le Liban

L'opération d'exportation est composée de plusieurs étapes, elle est enclenchée depuis la négociation du contrat comme vu précédemment.

3.2.1.1. La réception de la demande des commodités pour le choix de la banque

Le choix de la banque de domiciliation à l'export s'est porté sur la HOUSING BANK.

- **Pourquoi la HOUSING BANK :** Pour leur rapidité et la facilité de traitement des transferts libre à l'exportation.

3.2.1.2. Réception de la facture export par le service concerné, vérification de la facture se fait comme suit

- **N° et date de la facture :** SCWS20101/36 du 26/10/2020 ;
- **Prix unitaire :** 387.39 USD ;
- **Quantité :** 350 Métrique tonne, incoterm : CFR ;
- **Mode de paiement :** Transfert libre ;
- **Montant de la facture :** 135 586.50 USD ;
- **La devise :** USD ;
- **Pays de destination :** Liban ;
- **Port de déchargement :** Beyrouth.

- **Le transfert libre comme mode de paiement :**

Le transfert libre a été réintroduit en Algérie comme moyen de paiement et ce depuis janvier 2017, cependant il est possible sous certaines conditions.

La domiciliation doit toujours être faite, avec la documentation suivante :

- La demande de domiciliation bancaire ;
- La facture originale comprenant toutes les mentions obligatoires ;
- Le titre de transport original ;
- L'engagement de non revente en l'état (pour la production) ou taxe de domiciliation de 0.3% du montant de la facture (pour la revente en l'état).

Lors du paiement, l'importateur présente :

- L'ordre de transfert ;
- Le document D10 + Quittance ;
- La copie du titre de transport ;
- La copie de la facture domiciliée.

3.2.1.3. Renseignement du formulaire de la banque selon les mentions obligatoires suivante ainsi que de la signature du formulaire par deux signataires

- **N° et date de la facture** : SCWS20101/36 du 26/10/2020 ;
- **Prix unitaire** : 387.39 USD ;
- **Quantité** : Sucre blanc 350 Métrique tonne ;
- **Incoterm** : CFR ;
- **Mode de paiement** : Transfert libre ;
- **Montant de la facture** : 135 586.50 USD ;
- **La devise** : USD ;
- **Pays de destination** : Liban ;
- **Port de déchargement** : Beyrouth.

3.2.1.4. Envoi des documents à la banque pour traitement

3.2.1.5. Réception de la facture domiciliée par la banque

Nous devons vérifier que la facture a été domicilié comme suit :

- **N° de domiciliation** : 162201-2020-4-CT-00092-USD
- **La date** : 26/10/2020

Le cachet rond de la banque avec la griffe du directeur d'agence et chef de service commerce extérieur

3.2.1.6. Remise de la facture domiciliée au service commodités

Une fois la commande du client préparée, le service transit entame alors les démarches nécessaires pour l'expédition de la marchandise. Au cours de la préparation de la commande du client, la direction commerciale a envoyé ces différents documents au service transit.

3.2.1.7. Création du dossier export et saisie des informations sur la base de données interne de CEVITAL SPA

Une fois la confirmation de la réservation des conteneurs est accordée par la ligne maritime, cette dernière procède automatiquement à la mise à disposition des nombres conteneurs accordés, la destination, la date, le numéro de série du booking... etc. Moyennant bien évidemment d'un document officiel signé par le consignataire intitulant la mise à disposition des conteneurs vide.

Après la mise à disposition des conteneurs vides par la ligne maritime, l'entreprise Cevital procède à l'enlèvement des conteneurs au niveau de la zone douanière, pour cela elle doit d'abord établir une demande de mise à disposition des conteneurs auprès des douanes, cette dernière procède à un éventuel contrôle au niveau de la brigade commerciale pour savoir si elle lui accorde la mise à disposition. Une fois la mise à disposition accordée par la douane, l'entreprise exportatrice lui remet une copie en accompagnant des numéros de conteneurs.

3.2.1.8. Réception du service commodités des justificatifs d'exportation :

- **Titre de transport** (Le BL) ;
- **D11** (Document douanier) ;
- **Copie** Facture domiciliée.

Une fois les conteneurs réservés, avec réception du numéro, Cevital doit effectuer une demande d'emportage et de scellement au niveau de la brigade des douanes ou elle doit préciser le nombre de conteneurs avec les références et leurs numéros. Selon la mise à disposition des conteneurs vides dans le but de procéder à l'emportage des conteneurs. Un agent douanier et un représentant de la société de surveillance doivent être présent pour procéder à un ensemble de vérifications qui constituent une étape très importante, à savoir :

- Vérifier un échantillon de la marchandise ;
- Vérifier le nombre de conteneurs s'il correspond au nombre de conteneurs dans la notice d'expédition ;
- Vérifier la référence et le numéro du conteneur.

Après vérification de la démarche d'emportage et de scellement, et après avoir arrêté une liste définitive de conteneurs, deux copies doivent être conservées par la douane et la société de surveillance proportionnellement et une seconde copie est directement transféré à Cevital.

Une fois l'opération de scellement achevée, la mise à quai des conteneurs sont immédiatement déclenchées par le responsable des exportations en utilisant sa propre flotte de transport réservée uniquement aux opérations d'exportations.

Pour cela, l'entreprise Cevital doit procéder à l'établissement d'une demande d'autorisation de mise à quai des conteneurs pleins à l'export au niveau de la douane et à la police des Aires et des Frontières PAF. L'entreprise envoie une matrice B/L a msec, celle-là répond par un drifter B/L (Bill of Lading), Cevital est satisfait par ce dernier, elle le renvoie avec une réponse oui pour avoir le B/L original (ANNEXE). La procédure commence en premier lieu au niveau des douanes qui doivent inspecter toutes les formalités nécessaires relatives à l'entreprise exportatrice en plus des détails relatifs par rapport au numéro des conteneurs, le nombre... etc. Un avis favorable est accordé pour l'opération,

par la suite le service PAF intervient dans son rôle et procède à son tour à un éventuel contrôle. Après l'accord des douanes et de la PAF vient alors en dernier lieu le consignataire de la ligne maritime MSC qui accorde à son tour une autorisation finale de bon de mise à quai. Après avoir reçu l'autorisation des deux parties, le déclarant doit effectuer une facture commerciale finale qui doit l'être envoyée au client pour qu'il puisse déclarer à l'import et une seconde pour l'entreprise elle-même pour le dédouanement. L'envoi au client pour qu'il puisse déclarer à l'import et une seconde pour l'entreprise elle-même pour le dédouanement.

3.2.1.9. Remise des justificatifs à la banque (peuvent être remis avant la réception des fonds)

Une fois les formalités administratives accomplies, l'engagement de rapatriement des devises est alors déclaré par l'entreprise à l'égard de l'inspecteur principal aux sections de douanes IPD d'où la nécessité pour l'entreprise d'envoyer trois exemplaires et joindre bien évidemment la facture commerciale, sur un des trois exemplaires, la douane accorde son autorisation du départ de l'expédition et effectue une déclaration sur système SIGAD de la marchandise à l'export et elle remet à l'entreprise un document final justifiant l'opération d'export.

3.2.1.10. Réception du Swift MT103 d'un montant de 398 424.90 USD (Confirmation de réception des fonds dans notre banque).

3.2.1.11. Saisie de la facture rapatriée (règlement sans crédit des comptes).

3.2.1.12. Crédit des 3 comptes

50% en DZD convertible au cours du jour, 30% compte commercial devise et enfin 20% compte exportateur devise.

3.2.1.13. Saisie du règlement de la facture (mise à jour du règlement cours change et date de valeur de l'avis de crédit).

3.2.1.14. Vérification des commissions prélevées.

3.2.1.15. Réception de l'attestation de rapatriement de la banque.

3.2.1.16. Remise de l'attestation de rapatriement au service concerné, qui le transmettra au service transit, qui à son tour le remet à la douane.

3.3. Deuxième cas, Exportation du Smen Medina vers le Maroc

Dans ce deuxième cas, nous allons avoir l'exportation du Smen Medina, nouveau produit issue de la politique de diversification de Cevital, vers le Maroc un pays voisin, ici nous allons voir un autre mode de paiement.

3.3.1. La technique de paiement utilisée

3.3.1.1. Domiciliation d'une facture à l'export (LC)

La lettre de crédit est un document financier émis par une banque émettrice à la demande d'un acheteur qui est le demandeur en faveur d'un vendeur donc le bénéficiaire.

C'est un engagement pris par la banque de l'importateur de garantir à l'exportateur le paiement des marchandises contre la remise d'un titre de transport de marchandises.

Elle est plus connue sous le nom de crédit documentaire ou Credoc. Cette opération est l'inverse même de la remise documentaire, ici la demande est faite par l'acheteur.

La lettre de crédit est régie aux règles et usances uniformes de la chambre de commerce international.

3.3.1.2. Le crédit documentaire présente deux types de risques

- **Le risque documentaire :** Différence entre les mentions portées sur les documents et la marchandise réellement expédiée.
- **Le risque d'impayés.**

3.3.1.3. Les acteurs de la lettre de crédit

- L'acheteur (l'importateur) initiateur de la lettre de crédit ;
 - La banque de l'acheteur qui émet les documents du Credoc ;
 - La banque du vendeur qui reçoit le Credoc et vérifie la conformité des documents ;
 - Le vendeur (l'exportateur) qui bénéficie et reçoit le crédit documentaire.
- **La lettre de crédit peut être utilisée de deux façon différentes**
- **De manière directe :** Dans ce cas, une seule banque intervient. La banque de l'acheteur réalise l'émission et la mise en place. Elle avise directement l'acheteur.
 - **De manière indirecte :** L'acheteur demande l'intervention de sa banque dans la mise en œuvre du crédit documentaire. Dans ce cas, deux banques interviennent, la banque (notificatrice) du vendeur et la banque (émettrice) de l'acheteur.

3.3.1.4. Le schéma de fonctionnement de la lettre de crédit

- **Déroulement des opérations pour sécuriser des transactions commerciales**

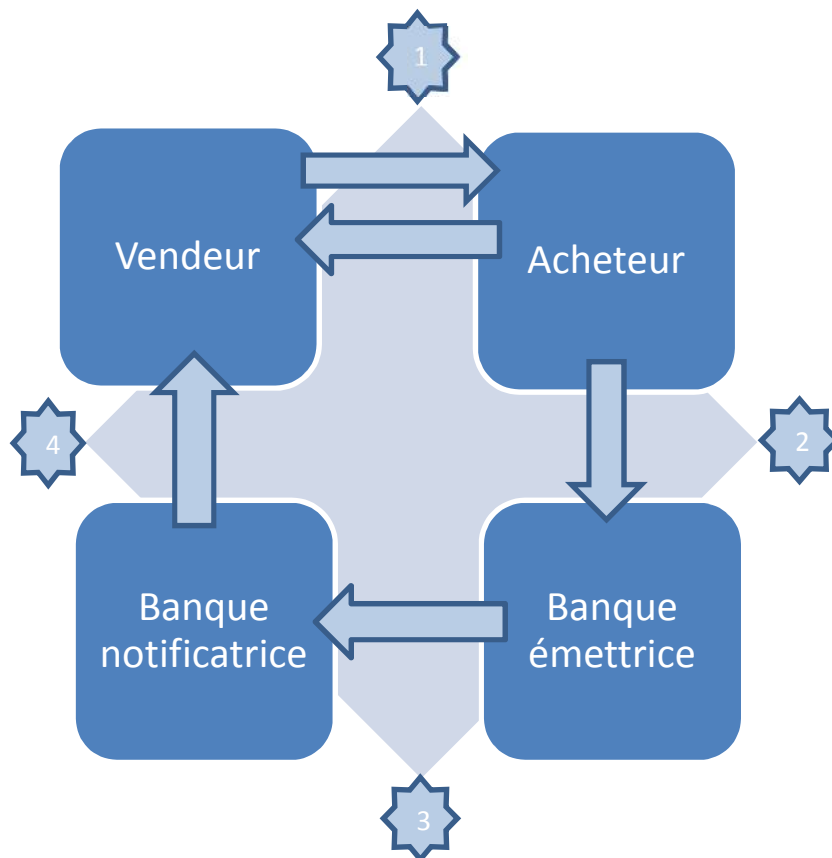
N°1 : Acceptation du contrat commercial. L'acheteur (l'importateur) et le vendeur (l'exportateur) se mettent d'accord sur les termes du contrat.

N°2 : L'acheteur demande auprès de sa banque la lettre de crédit (la banque émettrice) en faveur du vendeur.

N°3 : Demande de notification et confirmation de l'opération. La banque émettrice s'engage, contre présentation des documents, à régler la banque notificatrice en cas d'impayés.

N°4 : Notification de la lettre de crédit au vendeur.

Figure 16 : Schéma de fonctionnement de la lettre de crédit



Source : Site officiel d'Altassura groupe

- **Utilisation de la lettre de crédit en cas d'impayé**

En cas de non-paiement de la facture, le vendeur peut utiliser la lettre de crédit pour se faire payer. Pour cela, il devra fournir à sa banque l'ensemble des documents nécessaires.

N°1 : Constat d'impayé, l'acheteur n'a pas payé sa facture dans les temps malgré la livraison.

N°2 : Le vendeur transmet à sa banque les documents (attestation d'impayé, copie de bordereau d'expédition, copie de la facture, bonne réalisation du contrat commercial) pour lancer la procédure.

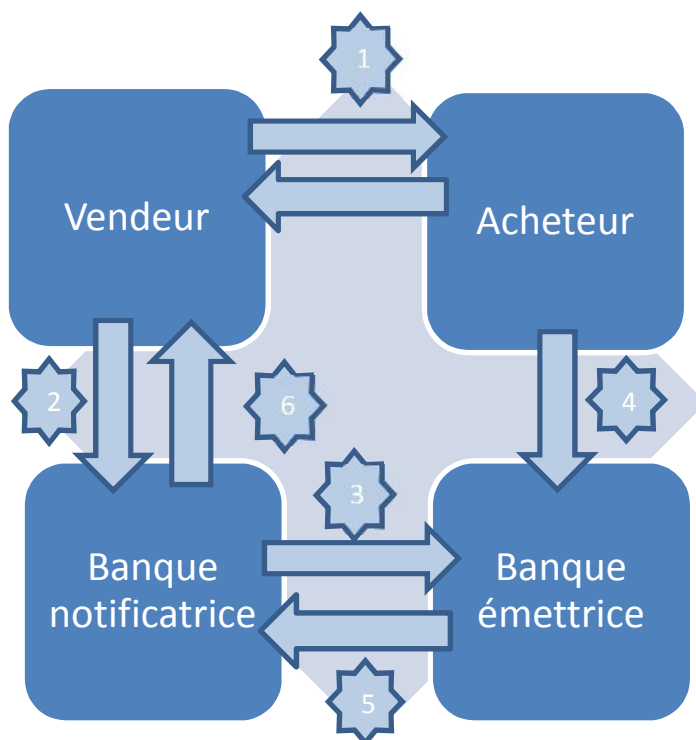
N°3 : La banque notificatrice remet les documents à la banque émettrice pour demander le paiement.

N°4 : Après vérification de la conformité des documents, la banque émettrice prélève le montant de la facture sur le compte de l'importateur.

N°5 : La banque émettrice envoie les fonds à la banque notificatrice.

N°6 : Avec les fonds transmis, la banque notificatrice crédite le compte du vendeur.

Figure 17 : Schéma de fonctionnement de la lettre de crédit en cas d'impayé



Source : Site officiel d'Altassura groupe

3.3.2. Les étapes de l'opération d'exportation du Smen Medina

Comme pour le premier cas et quel que soit la destination ou la technique de paiement une opération d'exportation comporte plusieurs étapes.

3.3.2.1.A la réception de la demande des commodités pour le choix de la banque

Cette fois le choix de la banque de domiciliation à l'export s'est porté sur la CITI BANK, pour leur rapidité et la facilité des traitements des dossiers exportation.

3.3.2.2. Réception de la facture pro-forma export par le service concerné

Vérification de la facture pro-forma se fait comme suit :

- **N° et date de la facture** : CEVSM19001
- **Prix unitaire** : Smen Medina 900g à 1.30 USD et Smen Medina 1.8 kg à 1.30 USD
- **Quantité**: Smen Medina 900g 130 BOX/PLT et Smen Medina 1.8 kg 104 BOX/PLT
- **Incoterm** : CFR
- **Mode de paiement** : Lettre de crédit.
- **Montant de la facture** : 46 592.00 USD
- **La devise** : USD
- **Pays de destination** : Maroc

- **Port de déchargement** : NADOR

3.3.2.3. Renseignement du formulaire de la banque selon les mentions obligatoires suivi de la signature du formulaire par deux signataires

- **N° et date de la facture** : CEVSM19001 ;
- **Prix unitaire** : Smen Medina 900g à 1.30 USD et Smen Medina 1.8kg à 1.30 USD ;
- **Quantité**: Smen Medina 900g 130 BOX/PLT et Smen Medina 1.8kg 104 BOX/PLT
- **Incoterm** : CFR ;
- **Mode de paiement** : Lettre de crédit ;
- **Montant de la facture** : 46 592.00 USD ;
- **La devise** : USD ;
- **Pays de destination** : Maroc ;
- **Port de déchargement** : NADOR.

3.3.2.4. Envoi des documents à la banque pour traitement.

3.3.2.5. Réception de la facture pro-forma domiciliée par la banque.

3.3.2.6. Remise de la facture pro-forma domiciliée au service commodités.

3.3.2.7. Création du dossier export et saisie des informations sur la base de données interne de CEVITAL SPA.

3.3.2.8. Confirmation de l'ouverture de la LC (Swift 10-10')

3.3.2.9. Réception d'une facture commerciale.

3.3.2.10. Renseignement du formulaire de report de domiciliation sur la facture commerciale suivis de la signature du formulaire.

3.3.2.11. Envoi des documents a la banque.

3.3.2.12. Réception de la facture commerciale domiciliée par la banque.

3.3.2.13. Remise de la facture domiciliée au service concerné.

3.3.2.14. Saisie des informations sur la base de données interne.

3.3.2.15. Envoi des documents par canal bancaire au client

Bordereau d'envoi des documents par canal bancaire :

- **Nom** : ATTIJARIWAFABANK
- **Adresse** : MOROCCO
- 5 X (Facture commerciale) ;
- Jeu complet de connaissance Bill of Lading (B/L) (et une copie négociable) ;
- Note de poids en 03 copies ;

- Liste de colisage en 03 copies ;
- Certificat Phytosanitaire ;
- Fiche d'analyse ;
- Certificat Sanitaire ;
- Certificat de conformité.

3.3.2.16. Réception du service commodités des justificatifs d'exportation

- **Titre de transport** (Le BL) ;
- **D11** (document douanier) ;
- **Copy** Facture domiciliée.

3.3.2.17. Remise des justificatifs à la banque (peuvent être remis avant la réception des fonds).

3.3.2.18. Réception du Swift MT103 (confirmation de réception des fonds dans notre banque).

3.3.2.19. Saisie de la facture rapatriée (règlement sans crédit des comptes).

3.3.2.20. Crédit des 3 comptes (50% DZD convertible au cours du jours, 30% compte commercial devise, 20% copte exportateur devise).

3.3.2.21. Saisie du règlement de la facture (mise à jour du règlement cours de change et date de valeur de l'avis de crédit).

3.3.2.22. Vérification des commissions prélevées.

3.3.2.23. Réception de l'attestation de rapatriement de la banque.

3.3.2.24. Remise de l'attestation de rapatriement au service concerné

Le service transmettra cette attestation au service transit qui a son tour le remet à la Douane.

Conclusion

Le Groupe Cevital est passé par d'importantes étapes historiques pour atteindre la taille et la notoriété dont il jouit aujourd'hui et ce tout en continuant à œuvrer dans la création d'emplois et de richesses en Algérie.

Cevital exportait autrefois uniquement de l'huile en petite quantité. Cette opération d'exportation était en phase d'essai, le grand nombre de client et leur fort intérêt aux produits de l'entreprise l'ont poussé à réviser sa structure organisationnelle afin d'être apte à répondre aux exigences du marché étranger.

Cevital contribue au développement du pays, elle est le premier groupe contributeur au budget de l'Etat. Elle emploie 18 000 employés dont 15 000 en Algérie, elle fait de l'Algérie qui était un pays importateur un exportateur de produits agroalimentaires. Comme de nombreuses entreprises algériennes, Cevital rencontre de nombreuses difficultés à l'exportation, pour faire face à ces entraves,

Chapitre 03 : Procédure d'exportation de l'entreprise Cevital

Cevital essaye tant bien que mal de progresser leur fonction export et essayer de surmonter ces difficultés pour en tirer le meilleur résultat possible.

Avec l'ambition et la motivation dont est connu Cevital ainsi que le professionnalisme, qu'on a pu constater lors de notre fructueux stage, nul doute que cette entreprise finira par réaliser tous ses objectifs pour davantage à l'échelle national et international.

Le commerce international représente une opportunité de développement et de croissance pour les nations mais aussi pour les entreprises. Ce développement se matérialise dans l'ambition de l'entreprise d'accroître sa notoriété et son chiffre d'affaires en allant sonder des marchés étrangers, d'autres facteurs tels que la concurrence locale ou les barrières tarifaire et non tarifaire peuvent également pousser l'entreprise à s'internationaliser.

Le bon déroulement de l'internationalisation de l'entreprise passe par une bonne préparation sur différents points. Ainsi une bonne étude des capacités de l'entreprise reste primordiale pour déterminer les capacités de production de cette dernière et par la même occasion étudier les marchés étrangers et voir le potentiel et la viabilité des produits sur ces derniers. Enfin la nécessité de la mise en place d'une bonne stratégie en termes de coût et de pénétration des marchés.

Ce constat sur l'internationalisation a permis à l'Algérie protectionniste, de l'indépendance aux années 1990, de remettre en question sa stratégie pour booster son économie et se placer sur la scène mondiale en optant pour le libéralisme. En s'ouvrant ainsi au commerce international, c'est sur cette lancée qu'une série de mesure a été prise en termes de lois et d'accords internationaux.

Outre cette prise de conscience sur le libéralisme, l'Etat Algérien s'est mis à promouvoir les produits hors hydrocarbure pour diversifier ses exportations et minimiser la dépendance aux hydrocarbures dont est connu l'Algérie depuis l'indépendance.

Cependant, et malgré le déploiement de moyens et mesures pour promouvoir les exportations hors hydrocarbure tel que le fond spécial pour promouvoir l'exportation (FSPE), cela reste bien insignifiant eu égard de la dépendance aux hydrocarbures qui en devient handicapante au sein même des exportations hors hydrocarbures avec pas moins de 80% des produits qui sont issus de la transformation de ces derniers.

Les exportations hors hydrocarbures en Algérie ont du mal à décoller car elles font face à plusieurs freins. Ils peuvent être interne dans certains cas mais aussi externe dans la majorité des cas, parmi les inconvénients fréquents on notera l'aspect juridique et institutionnel qui sont très lourds en Algérie en termes de temps et de documentation nécessaire. En outre, l'aspect logistique qui constitue aussi un frein que ce soit le stockage ou le transport de marchandises. Enfin, le volet financier qui peut aussi être un blocage pour un bon nombre d'entreprises Algériennes.

L'Algérie se doit de travailler plusieurs secteurs encourageants qui peuvent augmenter la balance des exportations et restreindre la mainmise des hydrocarbures, on a donc choisi de se pencher sur un de ces secteurs dans notre travail et on a opté pour l'industrie agroalimentaire, pour se faire nous avons réalisé un stage au sein du leader de l'agroalimentaire en Algérie « Cevital ».

Au cours de notre fructueux stage nous avons pu observer les différentes contraintes auxquelles sont confrontées toutes les entreprises exportatrices en Algérie. Nous avons aussi pu constater la façon dont Cevital limite l'impact de ces contraintes et continue tant bien que mal d'exporter ses produits. Par ailleurs, Cevital a développé une capacité d'adaptation remarquable permettant la satisfaction des exigences particulières en termes de qualité et d'hygiène que peut avoir une clientèle de renommée internationale comme Coca-Cola ou Ferrero Rocher.

Enfin, pendant ce stage nous avons constaté la stratégie dont dispose Cevital afin d'attirer de nouveaux clients, de sonder de nouveaux marchés et de négocier ses contrats, le tout grâce à sa boîte de trade international. Aussi nous avons suivi 2 opérations d'exportations de deux produits différents vers deux destinations différentes avec deux techniques de paiement bien distinctes.

Documentation du premier cas étudié

1

Cevital

Îlot D n° 6 Zhun Garidi II
-Kouba Alger- Algérie
www.cevital.com

Alger, le 26/10/2020

À l'attention de la
Direction Financière
Cevital SPA

Objet: Demande de domiciliation.
Client(s): **ANTEI INTERNATIONAL SA**
Contrat(s)/Expeditions : **SCWS20101/36**

Monsieur, Madame,

Nous vous demandons de bien vouloir procéder à la domiciliation sur les factures ci-après auprès de la banque **HOUSING BANK**:

- Les 08 factures commerciales n° **SCWS20101/36** d'un montant de **135 586,50 USD** pour **350 TM** de Sucre Blanc en **sac de 50KG**.

Veillez agréer, Monsieur, Madame, l'expression de nos salutations distinguées.

Assad MATALLAH
Commodity Supply Manager

Département Commodities



Îlot D n° 6 Zhun Garidi II - Alger - Tél. : +213 23 56 38 02 - Fax : +213 23 56 38 79

Cevital Spa

Address: Nouveau Quai - Port de Bejaia - Bejaia - Algeria
 Phone: + 213 (0) 34 20 20 00 / Fax +213 (0) 34 21 27 73
 RC: 06/00 - 0003802 B98 - NIF: 099806000380297

=====

COMMERCIAL INVOICE

Invoice n°: **SCWS20101/36**
 Date : 26/10/2020
 Client : **ANTEI INTERNATIONAL SA**
 Address: Rue Prévost -Martin 5
 1205 Geneva-Switzerland

Description of goods	Unit	Quantity	CFR Price/Unit (USD)
White Refined Sugar Min 99.8 polarization Max 45 Icumsa Max 0.04 ashes Max 0.06 Moisture In 14 x 20FT Containers	Metric Ton	350	387,39
TOTAL CFR Beirut		USD	135 586,50

The present invoice is issued for the amount of: **One Hundred Thirty Five Thousand Five Hundred Eighty Six US Dollars and 50 Cents**

Loading port: Bejaia
Country of origin: Algeria
Port of Discharge: **Beirut**
Country of Destination: **Lebanon**
Shipment period: **November, 2020**
Method of Payment: **100% Cash transfer**
Condition of Payment: **Within 150 days from the date of the bill of lading**




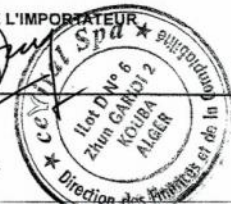
The Housing Bank For Trade & Finance-Algeria
 AGENCE DELY IBRAHIM "101"
 DOMICILIATION EXPORT
 Alger Le : 26/10/2020
 152201 2020 49 00099/US

Beneficiary: CEVITAL SPA, Nouveau Quai, Port de Bejaia, 06000 Bejaia, Algeria

Bank details: **HOUSING BANK**
Address: **16, rue Ahmed Ouaked, Dély Ibrahim - Alger**
Account: **031 00101 1400000856 38**
SWIFT code: **HBHODZAL**



ENGAGEMENT D'EXPORTATION

CADRE RESERVE A L'EXPORTATION			
NOM OU RAISON SOCIALE CEVITAL SPA		SECTEUR	<input type="checkbox"/> GRANDE ENTREPRISE
ADRESSE COMPLETE NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA			<input type="checkbox"/> PUBLIQUE OU PRIVEE
ACTIVITE AGROALIMENTAIRE			<input type="checkbox"/> P M E / P M I
			<input type="checkbox"/> ADMINISTRATION
COMPTE NUMERO	101 14 0000085638		
N° IDENTIFICATION FISCALE	099806000380297		
N° REGISTRE DE COMMERCE	98B3802		
N° IDENTIFICATION STATISTIQUE	099806010706436		
A MONSIEUR LE DIRECTEUR D'AGENCE DE HOUSING BANK FOR TRADE AND FINANCE - ALGERIA - AGENCE :			
Dans le cadre de notre activité et de la réglementation des changes, notamment l'instruction N° 20/94 de la BANQUE D'ALGERIE nous vous demandons de nous domicilier l'opération référencée ci - après :			
FACTURE :	<input type="checkbox"/> PROFORMA	<input checked="" type="checkbox"/> DEFINITIVE	N° SCWS20101/36 DU 26/10/2020
NOM DE L'ACHETEUR ET ADRESSE COMPLETE ANTEI INTERNATIONAL SA SUISSE		PAYS D'ORIGINE DU PRODUIT : ALGERIE	
NATURE DU PRODUIT : 350.00 TM DE SUCRE BLANC		PRODUIT DESTINE A LA <input type="checkbox"/> Revente en l'état <input type="checkbox"/> Fonctionnement ou transformation <input type="checkbox"/> Equipement <input type="checkbox"/> Services	
DODE PRODUIT (réservé à l'agence) :			
MONTANT EN DEVICES : 135 586,50 USD		MAXIMUM	ENVIRON
		PRIX UNITAIRE : 387.39 USD	
MODE DE REGLEMENT			
1	CREDOC A VUE	CREDOC AVEC PAIEMENT DIFFERE	CREDOC C/ACCEP
2	REMOOC A VUE	REMOOC C/ACCEPTATION ou A ECHEANCE	REMOOC C/ACCEP
3	TRANSFERT LIBRE	ET AVAL	
N° TRAF (S) DOUANIER (S) 17 01 99 00		CONTRE VALEUR DINARS :	
Nous certifions sincères et véritables les indications portées sur le présent engagement pris sous notre entière responsabilité Nous nous engageons à rapatrier les fonds dans les 120 jours conformément à la réglementation.			
		DATE... 26/10/2020 CACHET, SIGNATURE DE L'IMPORTATEUR  	

3

COPY NON NEGOTIABLE
BILL OF LADING

CMA CGM

CARRIER: CMA CGM Société Anonyme au Capital de 234 988 330 Euros
Head Office: 4, quai d'Arenç - 13002 Marseille - France
Tel: (33) 4 88 91 90 00 - Fax: (33) 4 88 91 90 95
562 024 422 R.C.S. Marseille

SHIPPER CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA, BEJAIA ALGERIA		VOYAGE NUMBER 0AN4CN1MA BILL OF LADING NUMBER BEJ0104348	
CONSIGNEE TO ORDER		EXPORT REFERENCES	
NOTIFY PARTY Carrier not to be responsible for failure to notify RIVIERA BISCUIT CO. S.A.L DAHER BUILDING MAIN ROAD FOURZOL- ZAHLE LEBANON LEBANON LEBANON		PRE CARRIAGE BY*	
PLACES OF RECEIPT*		FREIGHT TO BE PAID AT BEJAIA	
VESEL		NUMBER OF ORIGINAL BILLS OF LADING THREE (3)	
CONTSHIP ACE		PORT OF LOADING BEJAIA	
MARKS AND NOS CONTAINER AND SEALS		PORT OF DISCHARGE BEIRUT	
NO AND KIND OF PACKAGES		FINAL PLACE OF DELIVERY*	
DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS AS STATED BY SHIPPER SHIPPER'S LOAD - STOW AND COUNT SAID TO CONTAIN		GROSS WEIGHT CARGO	
14x20' STC: 350 MT OF WHITE REFINED SUGAR MIN 99.8 POL. MAX 45 ICU. MAX 0.04 ASHES MAX 0.06 MOIST "AS DECLARED BY SHIPPER CFR Liner out up to container Yard Beirut port/Lebanon"		TARE	
TRHU1088633 SEAL 2009837		1 x 20ST 500 BAGS 25080.000 2100 25.000	
CMAU0699401 SEAL 2009774		1 x 20ST 500 BAGS 25080.000 2200 25.000	
CMAU0874192 SEAL 2009773		1 x 20ST 500 BAGS 25080.000 1960 25.000	
CMAU0947880 SEAL 2009839		1 x 20ST 500 BAGS 25080.000 2100 25.000	
CMAU3062274 SEAL 2009831		1 x 20ST 500 BAGS 25080.000 2100 25.000	

Continued on Next Sheet Sheet 1 of 2

ABOVE PARTICULARS DECLARED BY SHIPPER-CARRIER NOT RESPONSIBLE

ADDITIONAL CLAUSES

4. Cargo at port is at merchant risk, expenses and responsibility

5. FCL

17. All storage charges on full plus customs clearance until return of empties for Receivers' account.

73. Free out

77. THC at destination payable by Merchant as per line/port tariff

194. For the purpose of the present carriage, clause 14(2) shall exclude the application of the York/Antwerp rules, 2004.

202. Demurrage and detention shall be calculated and paid as per general tariff available on the web site www.cma-cgm.com, or in any of CMA CGM agency. However if special free time conditions are granted, then rates applicable as per general tariff grid shall start from the day following the last free day.

216. Mis-declaration of cargo weight endangers crew, port workers and vessels' safety. Your cargo may be weighed at any place and time of carriage and any mis-declaration will expose you to claims for all losses, expenses or damages whatsoever resulting thereof and be subject to freight surcharge.

229. The shipper acknowledges that the Carrier may carry the goods identified in this bill of lading on the deck of any vessel and in taking remittance of this bill of lading the Merchant (including the shipper, the consignee and the holder of the bill of lading, as the case may be) confirms his express acceptance of all the terms and conditions of this bill of lading and expressly confirms his unconditional and irrevocable consent to the possible carriage of the goods on the deck of any vessel.

274. The Merchant is responsible for returning any empty container, with interior clean, free of any dangerous goods placards, labels or markings, at the designated place, and within 60 days following to the date of release, failing which the container shall be construed as lost. The Merchant shall be liable to indemnify the Carrier for any loss or expense whatsoever arising out of the foregoing, including but not limited to liquidated damages equivalent to the sound market value - or the depreciated value due by the Carrier to a container lessor. The Carrier is entitled to collect a deposit from the Merchant at the time of release of the container which shall be remitted as security for payment of any sums due to the Carrier, in particular for payment of all detention and demurrage and/or container indemnity as referred above.

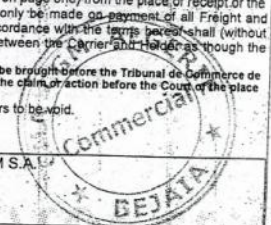
343. In the event that this Bill of Lading is a Paperless Bill of Lading, it shall be governed by the Terms and Conditions available on the CMA CGM website (<http://www.cma-cgm.com/products>).

RECEIVED by the carrier from the shipper in apparent good order and condition (unless otherwise noted herein) the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated above stated by the shipper to comprise the cargo specified above for transportation subject to all the terms hereof (including the terms on page one) from the place of receipt or the port of loading, whichever is applicable, to the port of discharge or the place of delivery, whichever is applicable. Delivery of the Goods will only be made on payment of all Freight and charges. On presentation of this document (duly endorsed) to the Carrier, by or on behalf of the holder, the rights and liabilities arising in accordance with the terms hereof shall (without prejudice to any rule of common law or statutes rendering them binding upon the shipper, holder and carrier) become binding in all respects between the Carrier and Holder as though the contract contained herein or evidenced hereby had been made between them.

If claims and actions arising between the Carrier and the Merchant in relation with the contract of Carriage evidenced by this Bill of Lading shall exclusively be brought before the Tribunal de Commerce de Marseille and no other Court shall have jurisdiction with regards to any such claim or action. Notwithstanding the above, the Carrier is also entitled to bring the claim or action before the Court of the place where the defendant has his registered office.

Witness whereof three (3) original Bills of Lading, unless otherwise stated above, have been issued, one of which being accomplished, the others to be void.

(OTHER TERMS AND CONDITIONS OF THE CONTRACT ON PAGE ONE)

ACE AND DATE OF ISSUE	BEJAIA	14 NOV 2020	SIGNED FOR THE CARRIER CMA CGM S.A. BY CMA CGM ALGERIE/BEJAIA as agents for the carrier CMA CGM S. A.
SIGNED FOR THE SHIPPER APPLICABLE ONLY WHEN THIS DOCUMENT IS USED AS A COMBINED TRANSPORT BILL OF LADING			

PRE CARRIAGE BY*		PLACE OF RECEIPT*		FREIGHT TO BE PAID AT		NUMBER OF ORIGINAL BILLS OF LADING	
		BEJAIA				THREE (3)	
VESSEL		PORT OF LOADING		PORT OF DISCHARGE		FINAL PLACE OF DELIVERY*	
CONTSHIP ACE		BEJAIA		BEIRUT			
MARKS AND NOS CONTAINER AND SEALS	NO AND KIND OF PACKAGES	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS AS STATED BY SHIPPER SHIPPER'S LOAD, STOW AND COUNT SAID TO CONTAIN		GROSS WEIGHT CARGO	TARE	MEASUREMENT	
CMAU3157209 SEAL 2009833	1 x 20ST	500 BAGS		25080.000	2100	25.000	
CMAU3237027 SEAL 2009834	1 x 20ST	500 BAGS		25080.000	2100	25.000	
CMAU3244495 SEAL 2009835	1 x 20ST	500 BAGS		25080.000	2100	25.000	
ECMU2153480 SEAL 2009776	1 x 20ST	500 BAGS		25080.000	2230	25.000	
TEMU3343565 SEAL 2009838	1 x 20ST	500 BAGS		25080.000	2230	25.000	
TLLU2112710 SEAL 2009836	1 x 20ST	500 BAGS		25080.000	2100	25.000	
TRHU2265585 SEAL 2009832	1 x 20ST	500 BAGS		25080.000	2180	25.000	
TRHU2930983 SEAL 2009840	1 x 20ST	500 BAGS		25080.000	2180	25.000	
UETU2568178 SEAL 2009775	1 x 20ST	500 BAGS		25080.000	2165	25.000	

FREIGHT PREPAID

DISCHARGE PORT AGENT:
MERIT SHIPPING S A L
PRESIDENT CHAFIC WAZZAN AVENUE
MERIT BUILDING PORT SECTOR
PO BOX 11 2000
BEIRUT
LEBANON
TEL: 9611959200 FAX: 9611959266

Shipped on Board CONTSHIP ACE 14-NOV-2020 CMA CGM ALGERIE/BEJAIA
As agents for the Carrier

Weight in Kgs Total: 14 CONTAINER(S) Continued From Previous Sheet Sheet 2 of 2 351120.000 29845 350.000

ABOVE PARTICULARS DECLARED BY SHIPPER, CARRIER NOT RESPONSIBLE.

ADDITIONAL CLAUSES

1. The delivery of the cargo is subject to the terms and conditions of the Bill of Lading which the Merchant has read and accepted. The delivery of the cargo is hereby notified that the terms and conditions of clause 10 - Matters Affecting Performance - and that export demurrage tariff will remain fully applicable. All additional costs, including but not limited to storage and terminal handling charges, and all export demurrage charges, shall be for Merchant's account and payable prior to loading. Carrier shall not be liable for any delay or suspension in the carriage.

2. Following the exceptional measures adopted by various governments in relation with the outbreak of COVID-19 virus and the operational constraints resulting thereof, the Merchants are hereby notified that cargo may be disrupted or delayed. Cargo may not be loaded on the intended vessel and furthermore in case of disruption of ports' operations, the cargo may be discharged in an alternative port without notice and - subject to availability - be on forwarded to the original intended port of destination. Carrier reserve its rights to accomplish the bill of lading in any alternative port. All additional costs, including but not limited to storage, demurrage, plugging, monitoring at the alternative discharge or extra on forwarding costs, shall be on Merchant's account and payable before delivery and the carrier shall have no liability whatsoever for any loss or damage resulting therefrom.

3. Following the explosion in the port of Beirut on August 04th 2020, the port is currently closed and may be not reopened on arrival of the cargo. However, shipper has decided to maintain Beirut as port of discharge with full knowledge and acceptance that cargo may then be recruited, at carrier's sole discretion, to Tripoli, Lebanon as alternative port should the port of Beirut remain closed. In such case all additional costs, including but not limited to storage, or extra on forwarding costs shall be due and payable by the Merchant prior to delivery of the cargo. Carrier reserves all its rights under clause 10 of the Bill of Lading.

Merchant's attention is drawn on the strike currently affecting the port of Bejaia. These events may prevent/delay the gate-in of containers or prevent/delay the loading of the containers on board and Carrier hereby remind that the terms and conditions of clause 10 - Matters Affecting Performance - and that export demurrage tariff will remain fully applicable. All additional costs, including but not limited to storage and terminal handling charges, and all export demurrage charges, shall be for Merchant's account and payable prior to loading. Carrier shall not be liable for any delay or suspension in the carriage.

PLACE AND DATE OF ISSUE	BEJAIA	14 NOV 2020	SIGNED FOR THE CARRIER CMA CGM S.A. BY CMA CGM ALGERIE/BEJAIA as agents for the carrier CMA CGM S. A.
SIGNED FOR THE SHIPPER			
APPLICABLE ONLY WHEN THIS DOCUMENT IS USED AS A COMBINED TRANSPORT BILL OF LADING			

sews 90101/36

2020-11-09 11:20:34.301

DECLARATION				EXEMPLAIRE DECLARANT			
PORT/BELLE EN DEF				ENREGISTREMENT			
IMPORTATEUR/EXPORTATEUR REEL				N° 2020-01/358 (VALEUR)			
N° 199806000380247-001				DATE-HEURE 2020-11-09 11:20			
Fournisseur / Destinataire Reel				CODE-BUREAU 74 BEJATA-PORT			
SATEL INTERNATIONAL SA				TYPE D'OPERATION			
11 RUE FREUDST-MARTIN 5 1205 WIL				SOLDE TOTAL D'EXPORTATION			
N° PAYS ORIGINE 592				SOLDE AUTRES ELEMENTS ET (P.T.F.R)			
N° PAYS DESTIN 369				TAUX DE CHANGE			
DECLARANT				DOMICILIATION BANCAIRE			
CAPITAL SPA BEJATA				N° AGENCEMENT 1999/171004			
NOUVEAU QUAI PORT DE BETA 05000				POUR TOTAL BRUT			
ARTICLE 4001				DESIGNATION DES MARCHANDISES			
AUXILIAIRES				NORME, NATURE, MARQUE, N° CONTAINER ET N° DES COILS			
4 TONS/ONT SUCRE BLANC EN SACS DE 50 KG				REGIME FISCAL 723			
				CODE STATISTIQUE			
				POIDS NET 350000.00			
				QUANT. COMPLETE 350000			
				COILS PIECES A JOINDRE			
				LIEUX D'UTILISATION OU D'ENTRAGE DES MARCHANDISES			
				DELTA TAUX SUP			
				MONTANT CAUTION			
				OBSERVATIONS			
				EXPORTATION GLOBALE			
				ENGAGEMENTS SOUSCRITS			
				ZIANE ADOUANE			
				Déclarant en douane			

Cevital Spa

Address: Nouveau Quai - Port de Bejaia - Bejaia - Algeria
 Phone: + 213 (0) 34 20 20 00 / Fax +213 (0) 34 21 27 73
 RC: 06/00 - 0003802 B98 - NIF: 099806000380297

COMMERCIAL INVOICE

Invoice n°: **SCWS20101/36**
 Date: 26/10/2020
 Client: **ANTEI INTERNATIONAL SA**
 Address: Rue Prévost -Martin 5
 1205 Geneva-Switzerland

مركيش محمد الأمين
 نائب مدير الفرع "101"

Description of goods	Unit	Quantity	CFR Price/Unit (USD)
White Refined Sugar Min 99.8 polarization Max 45 Icumsa Max 0.04 ashes Max 0.06 Moisture In 14 x 20FT Containers	Metric Ton	350	387,39
TOTAL CFR Beirut			USD 135 586,50

The present invoice is issued for the amount of **One Hundred Thirty Five Thousand Five Hundred Eighty Six US Dollars and 50 Cents**

CHAOU Mohamed
 Chef de Service
 Commerce Extérieur
 Bejaia
 Loading port: Bejaia
 Country of origin: Algeria
 Port of Discharge: Beirut
 Country of Destination: Lebanon
 Shipment period: November, 2020
 Method of Payment: 100% Cash transfer
 Condition of Payment: Within 150 days from the date of the bill of lading

AGENCE DÉLY IBRAHIM
 101
 Domiciliation
 Alger Le: 26.10.2020
 152201 2020 4000000000 USD

Beneficiary: CEVITAL SPA, Nouveau Quai, Port de Bejaia, 06000 Bejaia, Algeria

Bank details: **HOUSING BANK**
 Address: 16, rue Ahmed Ouaked, Dély Ibrahim - Alger
 Account: 031 00101 1400000856 38
 SWIFT code: HBHODZAL





Page 1/1

```

----- Instance Type and Transmission -----
Copy received from SWIFT
Priority           : Normal
Message Output Reference : 1024 210415HBHODZALAXXX6022432445
Correspondent Input Reference : 0524 210415BKTRUS33LXXX0592653111
----- Message Header -----
Swift Output           : FIN 103.STP Transfer de cred client unique
Sender      : BKTRUS33XXX
              DEUTSCHE BANK TRUST COMPANY AMERICAS
              NEW YORK,NY US
Receiver    : HBHODZALXXX
              THE HOUSING BANK FOR TRADE AND FINANCE ALGERIA
              ALGIERS DZ
MUR : C204666BBK041521
SLA ID : 001
UETR : e61d5cff-c082-43e6-a017-c7e84339967e
----- Message Text -----
20: Reference de l'emetteur
    C204666BBK041521
23B: Code de l'operation bancaire
     CRED
32A: Date val/dvs/mnt regl interbq
     Date           : 15 April 2021
     Currency       : USD (US DOLLAR)
     Amount         : #398,424.90#
50K: Client donneur d'ordre - nom/adr
     /CH7604835143486032001
     ANTEI INTERNATIONAL SA
     RUE PREVOST-MARTIN 5
     CH/GENEVE/1205
52A: Institution donneur d'ordre-FI BIC
     CRESCHZZ80A
     CREDIT SUISSE (SCHWEIZ) AG
     (HEAD OFFICE)
     ZURICH CH
59: Client beneficiaire -nom/adresse
     /03100101140000085638
     CEVITAL SPA
     NOUVEAU QUAI, PORT DE BEJAIA 06000
     BEJAIA
     ALGERIE
70: Informations sur le versement
     SCWS19219/5 - SCWS19168/56
     SCWS20101/36
71A: Details des frais
     OUR
72: Info emetteur - destinataire
     /INS/CRESCHZZ80A
----- Message Trailer -----
{CHK:2D08A70F58BE}
PKI Signature: MAC-Equivalent
----- End of Message -----

```



AVIS DE CRÉDIT

Agence : 00101-HOUSING BANK DELY BRAHIM
 Compte N° : 1400000856 - 38
 Date Trans : 20/04/2021
 Valeur : 21/04/2021



COMPTE COURANT COMMERCIAL
 ALGERIAN DINAR



DZD9932387200421-62336195707-857837710969

CEVITAL SPA
 NOUVEAU QUAI PORT BEJAIA BEJAIA

Nous avons l'honneur de vous confirmer la journalisation sur votre compte N°1400000856-38 de la transaction suivante :

Page : 7/29

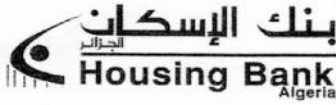
Réf	Nature de l'opération	Débit	Crédit
S216428	101RCE21000338 RAPATRIEMENT Montant.....: 67,793.25 USD Au cours de....: 132,295900 Fournisseur.... ANTEI Fact N°.....: 20101/36 du : 26/10/20 101RCE21000338:TVA 101RCE21000338:COMM.RAPATRIEMENT R		8 968 769,02
		8 520,36	
		44 844,01	
	TOTAUX :	53 364,37	8 968 769,02
Total à votre Crédit :			8 915 404,65

Société par actions au Capital de 10.000.000.000DA

Siege social: 16 rue Ahmed Ouaked Dely Ibrahim – Alger
 BP 103, Code postal 16320, Dely Ibrahim – Alger
 Tel : (+213) 021 91 87 87
 Fax : (+213) 021 91 87 78

المقر الاجتماعي: 16 شارع أحمد واكد دالي إبراهيم الجزائر
 ص ب 103 الرمز البريدي 16320 دالي إبراهيم
 الهاتف: (+213) 021 91 87 87
 فاكس: (+213) 021 91 87 78

6



Alger le, 04/05/2021

Ref: الرجاء /2021

ATTESTATION DE RAPATRIEMENT

Nous soussignés, THE HOUSING BANK sise au 16 rue Ahmed Ouaked Dély Brahim Alger, certifions par la présente que la facture N° SCWS20101/36 du 26/10/2020 établie par SPA CEVITAL domiciliée auprès de nos guichets sous le numéro 162201.2020.4.CT.00092.USD d'un montant de USD 135 586.50 a fait l'objet d'un rapatriement de USD 135 586.50 en date du 20/04/2021.

Cette attestation est délivrée pour servir et faire valoir ce que de droit.

Mme. MEKDAL Wahiba
 Chargée des Opérations
 Commerciales - Directeur Principale

CHAOU Mohamed
 Chef de Service
 Commerce Extérieur

البنك الإسكاني - الجزائر
 إدارة العمليات التجارية
 الجزائر - دلي إبراهيم 101
 22
 & Finance - Algérie

Société par actions au Capital de 15.000.000.000 DA

Siège Social: 16 Ahmed OUAKED, DELY IBRAHIM - ALGER
 BP 103 Code Postal: 16320 Dély Ibrahim, Alger
 الهاتف: +213 (0)21 91 87 87

المقر الاجتماعي: 16 شارع أحمد واك دالي إبراهيم الجزائر
 ص ب : 103 الرمز البريدي 16320 دالي إبراهيم
 فاكس : + 213 (0) 21 91 88 78

1

Documentation du deuxième cas étudié



Address: Nouveau Quai - Port de Bejaia - Bejaia - Algeria
 Phone: + 213 (0) 34 20 20 00 / Fax +213 (0) 34 21 27 73
 RC: 06/00 - 0003802 B98 - NIF: 099806000380297

COMMERCIAL INVOICE

INVOICE N°: SMSC19001/1
 DATE : 14/11/2019
 CLIENT : SARL ALDAURE 48
 Adresse: Bd Banon Marine Imm Laalaj 1 er étage N°9 Oujda Maroc

Product	U/box	BOX /PLT	U/plt	plt TC40	Total Units	UNIT PRICE FOB (USD)	TOTAL FOB (USD)	FREIGHT AMOUNT (USD)	UNIT PRICE CFR (USD)	TOTAL AMOUNT CFR (USD)
Smen Medina 900	8	130	1 040	20	20 800	1,16250	24 180,00	2 860,00	1,30	27 040,00
Smen Medina 1,8kg	4	104	416	20	8 320	2,00625	16 692,00	2 860,00	2,35	19 552,00
TOTAL FOB US DOLLARS										40 872,00
TOTAL FREIGHT US DOLLARS										5 720,00
TOTAL CFR US DOLLARS										46 592,00

THE PRESENT INVOICE IS ISSUED FOR THE AMOUNT OF :

FORTY SIX THOUSAND FIVE HUNDRED NINETY TWO US DOLLARS ONLY

Port of Loading : BEJAIA

COUNTRY OF ORIGIN : ALGERIA

PORT OF DISCHARGE : NADOR

COUNTRY OF DESTINATION : MOROCCO

SHIPMENT PERIOD : DURING NOVEMBER 2019

METHOD OF PAYMENT : LETTER OF CREDIT PAYABLE AT SIGHT

PAYMENT TERMS : CONFIRMED AND IRREVOCABLE LETTER OF CREDIT

INCOTERM : CFR Nador, Morocco

NET WEIGHT: 33 696 kg

BENEFICIARY: CEVITAL SPA Nouveau Quai Port de Bejaia 06000, Algeria ,

BANK DETAILS : CITI Bank

ADRESS : immeble le ksar -34/35 quartier d'affaires, Bab ezzouar, Alger

ACCOUNT: 012 00001 000 600 9018 55

CODE SWIFT: CITIDZAL



Bejaia: 28/11/2019

WEIGHT NOTE**Expedition reference** : SMSC19001/1**NOTIFY :**

SOCIETE ALDAURE 48 BOULEVARD BNOU MARINE IMM EL ALJ ETAGE 1
 NUMERO 9 60000 OUJDA MOROCCO

PORT OF LOADING : BEJAIA.ALGERIA
PORT OF DISCHARGE : NADOR MOROCCO

Vessel name: AVRA MITERAS YB947R**BL DATE AND NUMBER:** MEDUB8002462 DATED 05/12/2019

Containers TC 40'	Description of Goods	Number of cartons/T C 40'	Net weight (Kg)	Gross weight (Kg)
TRIU8184484	SMEN MEDINA (1.8 KG)	2080	14 976.00	16 236.771
CXRU1421490	SMEN MEDINA (900 GR)	2600	18 720.00	20 268.144



Samir IDRISOU
Approvisionnement

Cevital Spa

☒ Ilot D n° 6 Zhun Garidi II - Alger

☎ + 213 23.56.38.02/10 - ☎ +213 23.56.38.20

Bejaia: 28/11/2019

PACKING LIST**Expedition reference** : SMSC19001/1**NOTIFY :**

SOCIETE ALDAURE 48 BOULEVARD BNOU MARINE IMM EL ALJ ETAGE 1
 NUMERO 9 60000 OUJDA MOROCCO

PORT OF LOADING : BEJAIA.ALGERIA**PORT OF DISCHARGE** : NADOR MOROCCO**Vessel name**: AVRA MITERAS YB947R**BL DATE AND NUMBER**: MEDUB8002462 DATED 05/12/2019

Containers TC 40'	Description of Goods	Number of cartons/T C 40'	Net weight (Kg)	Gross weight (Kg)
TRIU8184484	SMEN MEDINA (1.8 KG)	2080	14 976.00	16 236.771
CXRU1421490	SMEN MEDINA (900 GR)	2600	18 720.00	20 268.144



Samir IDRISOU
 Approvisionneur

Cevital Spa

☒ Ilot D n° 6 Zhun Garidi II - Alger

☎ +213 23.56.38.02/10 - ☎ +213 23.56.38.20

See website for large version of the reverse | Ver página Web para términos y condiciones | Смотрите веб-сайт для ознакомления с условиями и положениями | 提单的条款和条件详见网站 | www.msc.com



MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S.A.
12-14, chemin Rieu, 1208 GENEVA, Switzerland
Website : www.msc.com

SCAC Code: MSCU

BILL OF LADING No. MEDUB8002462
ORIGINAL

"Port-to-Port" or "Combined Transport" (see Clause 1)

NO. & SEQUENCE OF ORIGINAL B/L's

NO. OF RIDER PAGES

3/TREE

NIL

SHIPPER:

CEVITAL SPA
NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA
BEJAIA 06000 ALGERIA

CARRIER'S AGENTS ENDORSEMENTS: (Include Agent(s) at POD)

FCL/FCL Special contract: R37615010000001
Lloyds/Imo number = 9127021
DESTINATION AGENT ADDRESS: MSC NADOR
Med Shipping Company Maroc sarl "MSC MAROC"
Parcelle N° 4, Route du Port, Beni Ansar, Nador
Phone: 00212536349939, Fax: 00212536348458
SHIPPER'S LOAD, STOW AND COUNT
FREIGHT PREPAID

CONSIGNEE: This B/L is not negotiable unless marked "To Order" or "To Order of..." here.
TO THE ORDER OF ATTJARIWAFABANK BNI DRAR MOROCCO

NOTIFY PARTIES: (No responsibility shall attach to the Carrier or to his Agent for failure to notify - see Clause 20)

SOCIETE ALDAURE 48
BOULEVARD BNOU MARINE IMM EL ALJ ETAGE 1 NUMERO 9
60000 OUJDA MOROCCO

VESSEL & VOYAGE NO. (see Clauses 8 & 9)
AVRA MITERAS YB947R

PORT OF LOADING
BEJAIA, ALGERIA

PLACE OF RECEIPT: (Combined Transport ONLY - see Clauses 1 & 5.2)
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

BOOKING REF.
376NXX3396

(or)

SHIPPER'S REF.

PORT OF DISCHARGE
NADOR MOROCCO

PLACE OF DELIVERY: (Combined Transport ONLY - see Clauses 1 & 5.2)
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

PARTICULARS FURNISHED BY THE SHIPPER - NOT CHECKED BY CARRIER - CARRIER NOT RESPONSIBLE (see Clause 14)

Container Numbers, Seal Numbers and Marks	Description of Packages and Goods (Continued on attached Bill of Lading Rider page(s), if applicable)	Gross Cargo Weight	Measurement
CXRUI421490/40'HR TARE: 4720 kg Seal: EU15436765	2 x 40' CNTR(S) S.T.C. SMEN MEDINA 900 GR & SMEN MEDINA 1.8 KG STUFFED IN 02 X40FT CONTAINERS NUMBER OF CARTONS : 4680 NUMBER OF CONTAINERS: 02 GROSS WEIGHT: 36.5049 : MT NET WEIGHT : 33.6960 MT 2600 CARTONS Temp. 7C	20268,144 KG	
TRIU8184484/40'HR TARE: 4750 kg Seal: EU15436766	2080 CARTONS Temp. 7C	16236,771 KG	
TOTAL TARE: 9470,00 KG	TOTALS:	36504,915 KG	

FREIGHT & CHARGES Cargo shall not be delivered unless Freight & Charges are paid (see Clause 16).

RECEIVED by the Carrier in apparent good order and condition (unless otherwise stated herein) the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box entitled Carrier's Receipt for carriage subject to all the terms and conditions hereof from the Place of Receipt or Port of Loading to the Port of Discharge or Place of Delivery, whichever is applicable. IN ACCEPTING THIS BILL OF LADING THE MERCHANT EXPRESSLY ACCEPTS AND AGREES TO ALL THE TERMS AND CONDITIONS, WHETHER PRINTED, STAMPED OR OTHERWISE INCORPORATED ON THIS SIDE AND ON THE REVERSE SIDE OF THIS BILL OF LADING AND THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF AS IF THEY WERE ALL SIGNED BY THE MERCHANT.

If this is a negotiable (To Order / of) Bill of Lading, one original Bill of Lading, duly endorsed must be surrendered by the Merchant to the Carrier (together with outstanding Freight and charges) in exchange for the Goods or a Delivery Order. If this is a non-negotiable (straight) Bill of Lading, the Carrier shall deliver the Goods or issue a Delivery Order (after payment of outstanding Freight and charges) against the surrender of one original Bill of Lading or in accordance with the national law at the Port of Discharge or Place of Delivery whichever is applicable.

IN WITNESS WHEREOF the Carrier or their Agent has signed the number of Bills of Lading stated at the top, all of this tenor and date, and wherever one original Bill of Lading has been surrendered all other Bills of Lading shall be void.

DECLARED VALUE (only applicable if Ad Valorem Charges paid - see Clause 7.3)

CARRIER'S RECEIPT (No. of Cntrs or Pkgs rcvd by Carrier - see Clause 14.1)

SIGNED **MEDITERRANEAN SHIPPING CO** for and on behalf of Mediterranean Shipping Company S.A.

PLACE AND DATE OF ISSUE
ALGER, 10/12/2019

SHIPPED ON BOARD DATE
05/12/2019

ALGERIA-SARL- AS AGENT FOR
MEDITERRANEAN SHIPPING CO.
GENEVA CARRIER P.P

227





Standard Edition - 01/2017

TERMS CONTINUED ON REVERSE

A

297528504

<p style="text-align: center;">الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية République Algérienne Démocratique et Populaire - Democratic and Popular Republic of Algeria الغرفة الجزائرية للتجارة و الصناعة Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie- Algerian Chamber of Commerce and Industry</p>		
<p>N° : 294/19 رقم Date: 11 DEC. 2019 تاريخ</p> <p style="text-align: center;">شهادة منشأ Certificat d'origine / Certificate of origin</p>		
1. Expéditeur (nom, adresse, pays) /Consignor/ المرسل CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA-06000 ALGERIA	2. Producteur (nom, adresse, pays) / Producer/ المنتج CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA	
3. Destinataire (nom, adresse, pays)/ consignee/ المرسل إليه SOCIETE ALDAURE 48 BOULEVARD BNOU MARINE IMM EL ALJ ETAGE 1 NUMERO 9 60000 OUJDA MOROCCO	4. Pays d'origine/ Country of origin / بلد المنشأ BEJAIA / ALGERIA	
5. Détails de transport / Transport details/ تفاصيل الشحن EXPEDITION BY SEA PORT OF LOADING :BEJAIA.ALGERIA PORT OF DISCHARGE :NADOR MOROCCO	6. Remarques/ Remarks / ملاحظات	
7. وصف السلع ; العلامة التجارية، عدد و نوع و أرقام الطرود N° d'ordre ; marques, numéros, nombre et nature des colis ; désignation des marchandises Item number; marks, numbers, numbers and kinds of packages; description of goods SMEN MEDINA 900GR& SMEN MEDINA 1.8KG NUMBER OF CONTAINERS: 02 Gross weight : 36 504.90 Kgs Net weight : 33 696.00 Kgs Number of cartons: 4680	8. الوزن أو الكمية Poids brut ou quantité weight or quantity 36 504.90 Kgs.	9. رقم و تاريخ الفاتورة N° et date de la facture/ Invoice's number and date SMSC19001/1
10. تصديق الغرفة الجزائرية للتجارة و الصناعة Certificat de la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie / Certificate of the Algerian Chamber of Commerce & Industry  طارقي يوعلم رئيس مصلحة 11 DEC. 2019	11. Déclaration de l'exportateur / Exporter declaration / تصريح المصدر / Le soussigné déclare que/ The undersigned declare that يصرح الموقع أناهان التفاصيل والمعلومات الواردة أعلاه صحيحة، أن كل السلع أنتجت في: les mentions et indications ci-dessus sont exactes, que toutes ces marchandises ont été produites en/ the particulars and information above accurate, that all these goods were produced in: ALGERIA (Pays/country / البلد) موجهة للتصدير نحو Et destinées à être exportées vers/ And intended to be exported to MOROCCO (Pays/country / البلد) المكان والتاريخ، توقيع المصريح Lieu et date, signature du signataire habilité/ Place and date, signature of authorized signatory BEJAIA LE: 28/11/2019  Sami IDRISSOU Approvisionnement	
Date et signature/ Date & signature / التاريخ و التوقيع		

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة		رقم الشهادة: 44338 تاريخ الشهادة:	No 44338
7-3 DEC. 2019		شهادة منشأ	
بموجب أحكام اتفاقية تيسير و تنمية التبادل التجاري بين الدول العربية			
1- المصدر و عنوانه كاملا: شركة ذات أسهم سيفينال الرصيف الجديد لعيناء بجاية		2- المنتج و عنوانه كاملا: شركة ذات أسهم سيفينال الرصيف الجديد لعيناء بجاية	
3- المستورد و عنوانه كاملا: شركة الدور 48، نفج بنو صارت، عقارة الأراج طابق 1، رقم 9، 60000، وحدة، المغرب		4- بلد المنشأ: بجاية، الجزائر	
5- تم تطبيق التراكم مع دول أخرى: <input type="checkbox"/> نعم <input checked="" type="checkbox"/> لا		6- تفاصيل الشحن: تسجن عن طريق البحر	
7- ملاحظات:		8- وصف السلع، العلامة التجارية (إن وجدت)، عدد و نوع و أرقام الطرود: تسجن مدينة 300 غ و تسجن مدينة 1.8 كغ عدد الحويات: 08 عدد العلب: 4680 الوزن الخام: 36504,90 كغ الوزن الصافي: 33696,00 كغ	
9- الوزن القائم (كجم) أو مقاييس أخرى (لتسجن، متسجن، مكعب... الخ): SMSC 190001-1 14-11-2019		10- رقم و تاريخ الفاتورة (الفواتير):	
11- إقرار و تعهد المصدر: أقر بأن جميع البيانات المذكورة أعلاه صحيحة و أن السلع الوارد وصفها أعلاه مستوفاة للشروط و المتطلبات اللازمة لإكساب السلع صفة المنشأ		12- توقيع و خاتم الجهة المصدرة للشهادة: التوقيع:  الخاتم: 	
13- تصديق الجهة الحكومية المختصة: التوقيع:  الخاتم: 		14- المكان و التاريخ: 23 DEC. 2019 CHERCHAÏ Chef Service Bank Office	

	CONFORMITY CERTIFICATE	N° Réf :	F-QHSE-124
		Date de révision :	23 Mars 2010
		Version :	2

Réf: Cevital/DL/Exp: MOROCCO /N°33/2019

Description of goods: SMEN MEDINA 1.8 KG

Expedition ref: SMSC19001/1.

Port of loading: BEJAIA, ALGERIA

Port of discharge: NADOR MOROCCO.

Vessel Name: MV AVRA MITERAS YB947R

BL DATE AND NUMBER: MEDUB8002462 DATED 05/12/2019

Production date: 18/11/2019

Expiry date: 17/11/2020

Batch: L4NO181119.

Quantity: Gross weight: 16236.771 Kg.

Net weight: 14976.00 Kg.

Total number of Cartons: 2080 Units.

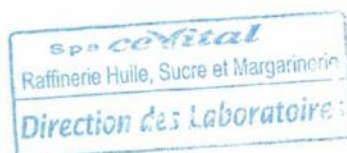
Analysis	Units	Results	Methods
Free Fatty Acid	% palmitic acid	0.10	ISO 660 Troisième édition 2009-06-15
Peroxide Value	meq O ₂ /Kg oil	0,8	ISO 3960 Quatrième édition 2007-07-15
Insoluble Impurities	%	0	ISO 663 Quatrième édition 2007-03-01
Volatile Matter	%	0	ISO 662 Deuxième édition 1998-09-15
Slip Melting Point	°C	42	ISO 6321 Deuxième édition 2002-02-15
Color (1 inch lovibond)	Yellow-Red	28-2,9	ISO 15305 Première édition 1998-09-15
Flavour and Taste			Caracteristic to product


Conclusion: product specific to the technical data sheet and correspondent to human consumption.

Bejaia: 06/12/ 2019.

Laboratory Manager

MAOUICHE Azzedine
Chef département
Contrôle Qualité Corps Gras



	ANALYSIS SHEET	N° Réf :	F-QHSE-127
		Date de révision :	23 Mars 2010
		Version :	2

Réf: Cevital/DL/Exp: MOROCCO /N°28/2019

Description of goods: SMEN MEDINA 1.8 KG
Expedition ref: SMSC19001/1
Port of loading: BEJAIA, ALGERIA
Port of discharge: NADOR MOROCCO.
Vessel Name: MV AVRA MITERAS YB947R
BL DATE AND NUMBER: MEDUB8002462 DATED 05/12/2019
Production date: 18/11/2019
Expiry date: 17/11/2020
Batch: L4NO181119.
Quantity: Gross weight: 16236.771 Kg.
 Net weight: 14976.00 Kg.
 Total number of Cartons: 2080 Units.

Analysis	Units	Results	Methods
Free Fatty Acid	% palmitic acid	0.10	ISO 660 Troisième édition 2009-06-15
Peroxide Value	meq O ₂ /Kg oil	0,8	ISO 3960 Quatrième édition 2007-07-15
Insoluble Impurities	%	0	ISO 663 Quatrième édition 2007-03-01
Volatile Matter	%	0	ISO 662 Deuxième édition 1998-09-15
Slip Melting Point	°C	42	ISO 6321 Deuxième édition 2002-02-15
Color (1 inch lovibond)	Yellow-Red	28-2,9	ISO 15305 Première édition 1998-09-15
Flavour and Taste			Caracteristic to product

Conclusion: product specific to the technical data sheet.

Bejaia: 06/12/ 2019.
 Laboratory Manager

MAOUCHE Azzedine
 Chef département
 Contrôle Qualité Corps Gras

Spa ceVital
 Raffinerie Huile, Sucre et Margarineries
 Direction des Laboratoire :

	SANITARY CERTIFICATE	N° Réf :	F-QHSE-130
		Date de révision :	20 Mai 2010
		Version :	2

Réf: Cevital /DL /N°31/2019/Exp MOROCCO.

Description of goods: SMEN MEDINA 900 GR.
Expedition ref: SMSC19001/1.
Port of loading: BEJAIA, ALGERIA
Port of discharge: NADOR, MOROCCO.
Vessel Name: MV AVRA MITERAS YB947R
BL DATE AND NUMBER: MEDUB8002462 DATED 05/12/2019
Production date: 25/11/2019
Expiry date: 24/11/2020
Batch: L4NO251119.
Quantity: Gross weight: 20268.144 Kg.
 Net weight: 18720.00 Kg.
 Total number of Cartons: 2600 Units.

We, CEVITAL SPA, central laboratory, SMEN MEDINA 900 g. has been produced by our factory and cleared of all impurities and foreign matter that may affect human health such as contaminants including pesticide residues and heavy metals in accordance with provisions of the regulations:

- (1) Codex Alimentarius OC 0541 (FAO / WHO Food Standards)
- (2) Codex Alimentarius: CODEX-STAN 210
- (3) Regulation (EU) No 1259/2011
- (4) Regulation (EU) No 835/2011
- (5) Executive Decree No 13-378 of 09/11/2013

And on basis of Phytosanitary certificate of supplier,

Thereby, we certify that "THE COMMODITIES ARE FIT FOR HUMAN CONSUMPTION"

Bejaia: 06/12/2019.
Laboratory Manager.


 M. Azzedine
 Chef de Laboratoire
 Contrôle Qualité Corps Gras



	PHYTOSANITARY CERTIFICATE	N° Réf :	F-QHSE-125
		Date de révision :	20 Mai 2010
		Version :	2

Réf: Cevital /DL /N°26/2019/Exp MOROCCO.

Description of goods: SMEN MEDINA 1.8 KG

Expedition ref: SMSC19001/1.

Port of loading: BEJAIA, ALGERIA

Port of discharge: NADOR MOROCCO.

Vessel Name: MV AVRA MITERAS YB947R

BL DATE AND NUMBER: MEDUB8002462 DATED 05/12/2019

Production date: 18/11/2019.

Expiry date: 17/11/2020.

Batch: L4NO181119.

Quantity: Gross weight: 16236.771 Kg.
Net weight: 14976.00 Kg.
Total number of Cartons: 2080 Units.

Analysis	Units	Results	Methods
Free Fatty Acid	% palmitic acid	0.10	ISO 660 Troisième édition 2009-06-15
Peroxide Value	meq O ₂ /Kg oil	0,8	ISO 3960 Quatrième édition 2007-07-15
Insoluble Impurities	%	0	ISO 663 Quatrième édition 2007-03-01
Volatile Matter	%	0	ISO 662 Deuxième édition 1998-09-15
Slip Melting Point	°C	42	ISO 6321 Deuxième édition 2002-02-15
Color (1 inch lovibond)	Yellow-Red	28-2,9	ISO 15305 Première édition 1998-09-15
Flavour and Taste			Caracteristic to product

Thereby, we certify that "THE COMMODITIES ARE FIT FOR HUMAN CONSUMPTION"

Bejaia: 06/12/2019.

Laboratory Manager.

MAOUCHE Azzedine
Chef de département
Contrôle Qualité Corps Gras

ceVital
Raffinerie Huile, Sucre et Margarine
Direction des Laboratoire

NOTICE OF EXPEDITION		SMSC19001/1	Date: 13/11/2019
Client:	SOCIETE ALDAURE 48		
Address :	BOULEVARD BNOU MARINE IMM EL ALJ ETAGE 1 NUMERO 9- 60000 OUJDA MOROCCO		
Executed by:	Phone ext:		
Commodities:	SMEN MEDINA		
Specifications:	Cevital Standard Specifications		
Dry 20 FT #:	2 TC 40'		
Products :	SMEN MEDINA PACKAGING 900GR&SMEN MEDINA PACKAGING 1,8KG		
container 01 :	Smen of Medina 900 qr	20' 800 Units	
container 01 :	Smen of Medina 1,8KG	8 320 Units	
Markings:	French -Arabic	Pallets:	Fumigated
Surveyor:	SGS	Delivery:	Container
Nomination date:	13/11/2019	Shipment period:	NOVEMBER 2019
Sailing week:	Week 47	Sailling incoterm:	CFR
POD:	NADOR MOROCCO	Destination:	Morroco
Shipping line:	MSC	Vessel/Voyage #:	TBN
Documentary instructions:			
Type of Document	Entities	Original #	Copies #
BL	MSC	3	4
CO	CCI Bejaia	1	3
WEIGHT NOTE	Manufacturer	1	3
PACKING LIST	Manufacturer	1	3
PHYTOSANITARY CERTIFICATE	manufacturer	1	3
ANALYSIS SHEET	Manufacturer	1	3
SANITARY CERTIFICATE	Manufacturer	1	3
CONFORMITY CERTIFICATE	Manufacturer	1	3
Shipping instructions:			
Goods description: SMEN MEDINA 900GR&SMEN MEDINA 1,8KG			
B/L Marked:	Freight Prepaid Shipped on board Agent at destination Free days at destination		
Shipper:	Cevital Spa		
Consignee:	TO THE ORDER OF ATTIJARIWAFABANK BNIDRAR MOROCCO		
Notify :	SARL ALDAURE48. Bd Banon Marine Imm Laalaj 1er étage N°9Oujda Maroc		
REMARKS	French/Arabic marking with stickers stuck on the sides of each pot.		
Consultation & modification :			

Bibliographie

Les Ouvrages

1. Jean-Claude Berthélemy, « Commerce international et diversification économique », Revue d'économie politique, (vol 115), 2005.
2. Bertrand Nezeys, « Commerce international, Croissance et développement », 1985
3. Jurgen Niehans, "A History of Economic Theory.
4. Panet-Raymond A, Robichaud D, « Le commerce international : une approche nord-américaine », édition la chenelière, 2005.
5. Stéphane Becuwe, « Commerce international et politiques commerciales », Armand Colin, Paris, 2006.
6. Emmanuelle Nyahoho- Pierre-Paul Proulx, « Le commerce international, théories, politiques et perspectives industrielles », Préface de Carl Grenier 3eme édition.
7. LAZARY, « les relations économiques internationales », Paris, 2007.
8. Meier Olivier, « Entreprises multinationales », Ed, Dunod, Paris, 2005.
9. Fenneteau Hervé, « Le cycle de vie des produits », Ed ECONOMICA, Paris, 1988.
10. Amelon J. Cardebat J, « Les nouveaux défis de l'internalisation », 1ere édition, De Boeck, 2010.
11. Gunther Capelle-Blancard et Mathieu Crozet, « Economies, théories et politiques international, Paul Krugman, Maurice Obstfeld, Marc J. Melitz », Pearson France, 11eme édition.
12. M. Darbelet, L. Izard, M. Scaramuzza, "L'essentiel sur le management", Foucher, 5eme édition, Paris, 2006.
13. Rouane Rafik, « Le marketing direct international : au service des exportations Algérienne hors hydrocarbures », ENAG, Réghaia, Algérie.
14. Michel Gervais, « stratégie de l'entreprise », Ed. ECONOMICA, 5ème édition, 2003.
15. Legrand Gh et Martini H, « Gestion des opérations import-export », édition Dunod, Paris, 2008.
16. Koenig Gaspard, « stratégie concurrentielles », Ed EMS, 1995.
17. Gavalda et Soufflet, « Instruments de paiement et de crédit », Lithec, 5e édition, 2003.
18. « Guide investir en Algérie », KPMG, 2011, Algérie, 2011.

19. Mebtoul Abderhamane, « l'Algérie face aux défis de la mondialisation », Ed OPU, Alger, 2002.
20. Oussalem Mohand Ouamar, « Politique industrielle et mondialisation. Les leçons de l'expérience Algérienne ».
21. Hajoute Mohand, « stratégie de développement à l'international : étude de capacité exportatrice publiques algériennes hors hydrocarbures », thèses de doctorat UMMTO, 2006.
22. Centre d'Etudes des Transports pour la Méditerranée "CETMO" « Le secteur logistique sur la rive sud de la Méditerranée Occidentale », octobre 2010.
23. Le ROBERT Dictionnaire en ligne, « définition de l'agroalimentaire ».
24. B. Martory, J.Y Capul, « Economie générale », édition Armand Collin, Paris,2005.
25. J. Capul, O. Garnier, « Dictionnaire d'économie et des sciences sociales », édition Hatier,2005, Paris.
26. Jean François Audroing, « Les industries agroalimentaires », édition Economica, Paris,1995.
27. Yvan. B, Francice. B et Tacinthe. F, « L'entreprise agroalimentaire, assurer la croissance », les Éditions du monde alimentaire INC, Canada,1995.
28. Jean-Louis Rastoin, « Une brève histoire de l'industrie alimentaire », revue économie rurale, N°255-256, 2000.
29. Horri Khelifa, Dahane Azzedine et Maatoug Mhamed, « Problématique du développement des industries agroalimentaires en Algérie », European Scientific Journal, Vol 11, n°3, Algérie,2015.

Sites internet

1. Site officiel de la compagnie Qualitair&Sea, Transitaire international.
2. Site officiel des incoterms
3. Site officiel du ministère du commerce et de la promotion des exportations.
4. Site officiel de la douane Algérienne.
5. Site officiel de l'ALGEX.
6. Site officiel de la CAGEX.
7. Site officiel de la SAFEX.
8. Sites officiels des entreprises portuaires d'Alger, Bejaïa et Djendjen.
9. Site officiel de Cevital.
10. Google Map
11. Businessmonitor.com

12. Site officiel du CNIS

13. Site officiel ONS

Entreprises gouvernementales et privée

1. Chambre de commerce internationale

2. Ministère du commerce et de la promotion des exportations.

3. Ministère du commerce, Direction générale du commerce extérieur.

4. Direction générale de Cevital

5. Département finance, Cevital.

6. Département commerce, Cevital

7. Direction des douanes Algérienne

Lois et constitution

1. L'article 390 du code du commerce algérien.

2. L'article 465 du code du commerce algérien

3. Loi des finances, article 81.

4. Code du commerce, article 720.

5. Règlement n°13-01 du 08 avril 2013 fixant les règles générales en matière de conditions de banques applicable aux opérations de banque.

6. Code des douanes Algérienne.

Journaux, rapports et articles officiels

1. Organisation mondiale du commerce, « tendance du commerce international », Archives 2013

2. Centre du commerce international, « trade map », octobre 2016

3. Grex international, « Les moyens de paiement à l'international », CCI Grenoble.

4. CNUCED, Rapport sur le commerce et le développement, Genève, 1998.

5. Ministère du commerce, bilan des actions du secteur du commerce réalisé durant la période 1962-2012.

6. Journal officiel de la république algérienne et démocratique et populaire, Loi N° 90-16 Aout 1990 portant la loi de finance complémentaire pour 1990.

7. Document de l'accord Euro-Méditerranéen établissant une association entre la république démocratique Algérienne et populaire d'une part et la communauté européenne et ses états membres d'autre part.

8. Décret exécutif n° 96-205 du 5 juin 1996, réformé en décret n° 14-238, le 25 aout 2014, de la loi des finances 1996.

9. Ati Takarli, « les exportations hors hydrocarbures Algérienne », à l'occasion de la tenue de la Maghreb, paris les 5 et 6 février 2008.
10. Forum des Chefs d'Entreprises, « Indice du forum pour la performance de l'entreprise algérienne », Alger, Janvier 2011.
11. Rapport périodique des statistiques du commerce extérieur d'Algérie.
12. Direction générale des douanes, Circulaire N° 362 /DGD/SP/D.0413/14, du 26/02/2014.

Travail de fin d'étude

1. SEBTI F, « Sur l'origine des réformes économiques en Algérie et en Europe de l'Est. Une étude comparative », Université Mentouri, Constantine, ALGERIE, 1999.
2. Merzouk F, « PME et compétitivité en Algérie, Genèse de développement des PME en Algérie », Mémoire de Magister, Université de Bouira, année 2010.
3. T. Boukleich, Z. Deradera, L'industrie agroalimentaire en Algérie, Université abderrahmane Mira, Béjaia, 2019.

Liste des Tableaux

Chapitre 01 : Généralités sur le commerce international

Tableau 01 : Production de draps et de vins en Angleterre et au PortugalPage 10

Chapitre 02 : Le commerce extérieur en Algérie

Tableau 02 : Evolution des exportations en Algérie 2005-2015..... Page 44

Tableau 03 : Evolution des exportations en Algérie 2018-2019 (unité en million) Page 45

Tableau 04 : Exportation hors-hydrocarbures en Algérie par secteurs 2018-2019 Page 46

Tableau 05 : Représentation des EHH par produits..... Page 47

Tableau 06 : Principaux pays clients de l'Algérie (Millions USD) Page 48

Tableau 07 : la part des IAA dans la production brute (2020-2021) en indice..... Page 58

Tableau 08 : la part des IAA dans la production brute (2020-2021) en pourcentage..... Page 58

Tableau 09 : évolution des emplois des IAA (2016-2018) Page 59

Tableau 10 : La part des industries agroalimentaires dans la structure des importations (2019/2020) en million USD..... Page 61

Tableau 11 : Les principaux produits importés par l'Algérie (2018/2019) Page 62

Tableau 12 : La part des IAA dans l'exportation hors hydrocarbures en Algérie en million USD (2018/2019) Page 63

Tableau 13 : Les principaux produits exportés par l'Algérie.....Page 64

Liste des figures

Chapitre 01 : Généralités sur le commerce international

- Figure 01** : La courbe de cycle de vie de VERNON..... Page 14
- Figure 02** : Expédition par voie aérienne..... Page 18
- Figure 03** : Expédition par voie maritime..... Page 19
- Figure 04** : Liste des incoterms multimodaux avec couts et risques des deux parties..... Page 23
- Figure 05** : Liste des incoterms maritimes avec couts et risques des deux parties..... Page 23

Chapitre 02 : Le commerce extérieur en Algérie

- Figure 06** : Etat d'avancement du processus d'accession de l'Algérie à l'OMC..... Page 40
- Figure 07** : Comparatif de l'import/export Algérien sur différentes périodes en Millions \$.... Page 40
- Figure 08** : Evolution du commerce extérieur en Algérie 1963-197..... Page 41
- Figure 09** : Evolution du commerce extérieur en Algérie 1974-1994..... Page 41
- Figure 10** : Evolution du commerce extérieur 1995-2010..... Page 42
- Figure 11** : Exportations Algérienne par région en % Page 49
- Figure 12** : Représentation du top 5 des destinations EHH Algérienne..... Page 49
- Figure 13** : Evolution des EHH entre 2019 et 2021..... Page 52

Chapitre 03 : Processus d'exportation de l'entreprise CEVITAL

- Figure 14** : Localisation du complexe du Groupe Cevital.....Page 67
- Figure 15** : L'organigramme du département du commerce international.....Page 70
- Figure 16** : Schéma de fonctionnement de la lettre de crédit..... Page 93
- Figure 17** : Schéma de fonctionnement de la lettre de crédit en cas d'impayé.....Page 94

Liste des abréviations

IAA : Industrie Agroalimentaire

PIB : Produit Intérieur Brut

GATT : Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce

OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques

CNU : Conférence des nations unies

CAEM : Conseil d'assistance économique mutuelle

COMECON : Conseil d'assistance économique mutuelle

CEAO : Communauté économique de l'Afrique de l'ouest

ALADI : Association latino-américaine d'intégration

ASEAN : Association des nations de l'Asie du sud-est

FMI : Fonds monétaire international

BM : Banque mondiale

DIPP : Division internationale du processus de fabrication

HOS : Hecksher, Ohlin et Samuelson

FMN : Fonds monétaire international

B/L : Bill of Lading

CCI : Chambre de commerce internationale

LCSB : Lettre de crédit stand-by

PGI : Programme général d'importation

AGI : Autorisation globale des importations

GZALE : Grande zone arabe de libre échange

CES : Conseil économique et social de la ligue des états arabe

ZAL : Zone arabe de libre échange

EHH : Exportation hors hydrocarbure

FSPE : Fonds spécial pour promouvoir les exportations

ALGEX : Agence nationale de la promotion des exportations

CAGEX : Compagnie Algérienne d'assurance et de garantie des exportations

SAFEX : Société Algérienne des foires et des exportations

ONS : Office national des statistiques

TC : Transport conteneur

CLR : Centre de livraison régional

PLF : Platform de distribution

PROMEX : L'office de promotion des exportations

SWIFT : Society for worldwide interbank financial telecommunication

CNIS : Centre national d'information statistique

Table des matières

Remerciement	
Dédicaces	
Liste des abréviations	
INTRODUCTION GENERALE	01
Chapitre 01 : Le commerce international, théories, opérations et techniques	
Section 01 : Les théories du commerce international et son évolution à travers l’histoire.	04
1.1. Définition du commerce international.....	04
1.2. L’évolution du commerce international.....	04
1.2.1. Depuis le début du 19ème siècle.....	04
1.2.2. L’ère pré guerre mondiale.....	05
1.2.3. L’expansion post guerre mondiale.....	06
1.2.4. L’influence de la crise de 1970.....	08
1.3. Les théories économiques du commerce international.....	08
1.3.1. Le mercantilisme : Un courant initiateur.....	08
1.3.2. Les théories traditionnelles du commerce international.....	09
1.3.2.1. Adam Smith et la loi des avantages absolus.....	09
1.3.2.2. David Ricardo et la loi des avantages.....	10
1.3.3. Les nouvelles théories du commerce international.....	12
1.3.3.1. La théorie de cycle de vie du produit.....	13
1.3.3.2. Rendement d’échelle et économie d’échelle.....	14
Section 02 : Les opérations du commerce international.....	15
2.1. Opération d’importation.....	15
2.1.1. Définition de l’importation.....	15
2.1.2. Les types d’importation.....	15
2.1.2.1. Importation dans le but de l’investissement.....	16
2.1.2.2. Importation des matières premières complémentaires.....	16
2.2. Opération d’exportation.....	16
2.2.1. Définition d’une opération d’exportation.....	16
2.2.2. Les types d’exportation.....	16
2.2.3. Les facteurs relatifs à une opération d’exportation.....	17
2.2.3.1. Exportation d’une marchandise.....	17
Section 03 : Techniques... commerce international.....	24
3.1. Les instruments de paiement utilisés à l’international.....	25
3.1.1. Le chèque.....	25
3.1.2. La lettre de change.....	25
3.1.3. Le billet à ordre.....	26
3.1.4. Le virement.....	26
3.2. Les techniques de paiements.....	27
3.2.1. L’encaissement simple.....	27
3.2.2. Le paiement à la commande.....	27
3.2.3. Le paiement à la facturation.....	28
3.2.4. Le paiement ex-usine.....	28

3.2.5. Le contre-remboursement.....	28
3.2.6. La remise documentaire.....	28
3.2.7. Le crédit documentaire.....	29
3.2.8. La lettre de crédit stand-by (LCSB)	30
3.2.8.1. Les crédits mis en disposition.....	31
Conclusion.....	32
Chapitre 02 : L'évolution du commerce extérieur en Algérie	
Introduction.....	33
Section 01 : Historique et évolution du commerce extérieur en Algérie.....	34
1.1. Evolution du commerce extérieur en Algérie.....	34
1.1.1. Depuis l'indépendance jusqu'au milieu des années 80.....	34
1.1.2. Les années 90 et l'ouverture de l'Algérie au commerce extérieur.....	35
1.1.3. Développement du commerce extérieur en Algérie depuis les années 2000.....	36
1.2. Les accords de libre-échange.....	36
1.2.1. L'accord de l'Algérie avec la grande zone arabe de libre-échange (GZALE).....	36
1.2.2. L'accord de libre-échange avec la Jordanie.....	37
1.2.3. L'accord de partenariat en l'Algérie et l'Union Européenne.....	37
1.2.4. Accord commercial préférentiel Algéro-Tunisien.....	38
1.2.5. L'accession de l'Algérie à l'organisation mondial du commerce (OMC).....	39
1.3. Evolution de l'import/export sur les différentes périodes du commerce extérieur	39
Algérien.....	
Conclusion.....	42
Section 02 : La promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie.....	42
2.1. La politique Algérienne dans le cadre de l'ouverture commerciale.....	42
2.1.1. La libéralisation du commerce extérieur.....	42
2.1.2. Démonopolisation du commerce extérieur.....	43
2.2. L'évolution des exportations hors-hydrocarbures en Algérie.....	43
2.2.1. Représentation des exportations hors-hydrocarbure en Algérie.....	43
2.2.2. Représentation des exportations hors-hydrocarbures en Algérie par secteur.....	44
2.2.3. Représentation des exportations hors-hydrocarbure en Algérie par produits.....	46
2.2.4. Principales destinations des exportations Algériennes.....	47
2.2.5. Représentation des exportations Algérienne par région.....	49
2.2.6. Représentation des destinations des EHH Algérienne.....	49
2.3. Aides et avantages dont bénéficie les entreprises exportatrices en Algérie.....	50
2.3.1. Le fond spécial pour promouvoir les exportations (FSPE).....	50
2.3.2. L'agence national de la promotion du commerce extérieur (ALGEX).....	51
2.3.3. La compagnie Algérienne d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX).....	51
2.3.4. La société Algériennes des foires et des expositions (SAFEX).....	52
2.4. Autres mesures prises par l'état pour booster les EHH.....	52
2.4.1. Facilités accordées à des produits spécifiques.....	52
2.4.2. Autres facilités accordées aux entreprises EHH.....	52
2.5. Contraintes et inconvénients auxquels font faces les entreprises Algérienne à	53
l'exportation.....	
2.5.1. Aspect transactionnel (Banques)	53
2.5.2. La lenteur de l'administration Algérienne.....	54
2.5.3. Contraintes liées aux services portuaires.....	54
2.5.4. Contraintes liées à la logistique et au transport.....	54
2.5.5. Contraintes liées à la promotion de produit et prospections de marchés extérieurs.....	54
2.5.6. Contraintes liées à la réglementation douanière.....	55
Conclusion.....	55

Section 03 : L'apport de l'industrie agroalimentaire en Algérie.....	55
3.1. Définition des concepts de base.....	55
3.1.1. Définition de l'agroalimentaire.....	56
3.1.2. Définition de l'industrie.....	56
3.1.3. Définition de l'industrie agroalimentaire.....	56
3.1.4. Définition des entreprises agroalimentaires.....	56
3.2. Historique et évolution de l'industrie agroalimentaire.....	57
3.2.1. Histoire de l'industrie agroalimentaire dans le monde.....	57
3.2.2. Histoire et évolution de l'industrie agroalimentaire en Algérie.....	57
3.2.3. La part de l'industrie agroalimentaire dans l'économie nationale et dans le commerce extérieur.....	57
3.2.4. Le rôle de l'industrie agroalimentaire dans l'économie nationale.....	58
3.2.5. La part des IAA dans la production brute.....	58
3.2.6. Evolution des emplois dans les IAA.....	59
3.3. Les contraintes de l'industrie agroalimentaire en Algérie.....	60
3.4. Le rôle de l'industrie agroalimentaire dans le commerce extérieur en Algérie.....	61
3.4.1. La part des IAA dans la structure des importations en Algérie.....	61
3.4.2. La structure d'exportations de l'industrie agroalimentaires.....	63
3.5. La place de Cevital dans l'industrie agroalimentaire en Algérie.....	66
3.5.1. Diversification des produits agroalimentaire.....	66
3.5.1.1. Les produits grand public.....	66
3.5.1.2. Les produits semi-pro	67
3.5.2. La logistique du groupe Cevital.....	67
3.5.3. Cevital en chiffres.....	68
3.5.4. Destination des produits exportés par Cevital.....	68
Conclusion.....	69
Chapitre 03 : procédure d'exportation de l'entreprise Cevital	
Introduction.....	71
Section 01 : Présentation général de l'entreprise d'accueil.....	71
1.1- l'historique de CEVITAL.....	72
1.2. Briefing sur l'entreprise Cevital.....	72
1.2.1. Situation géographique.....	72
1.2.2. La fiche signalétique.....	73
1.2.3. Activité de l'entreprise.....	74
1.2.4. Structure organisationnelle du complexe Cevital.....	75
1.3. Les principales missions des différentes directions du complexe.....	76
1.4. La part de marché de Cevital.....	81
Section 02 : Processus d'exportation de l'entreprise Cevital.....	81
2.1. Les produits exportés par Cevital.....	82
2.2. Les capacités du complexe CEVITAL.....	83
2.2.1 Les capacités de production.....	83
2.2.2 Les capacités en ressources humaines.....	84
2.2.3 Les capacités commerciales.....	84
2.2.4. Les capacités des expéditions.....	84
2.2.5. Les moyens humains dédié à la logistique.....	85
2.2.6. Les moyens matériels.....	85
2.2.7. Les capacités de stockage.....	86
2.3. Présentation de la démarche d'exportation de Cevital.....	86
2.3.1. Les étapes préliminaires de la démarche d'exportation.....	86

2.3.2. Le contrat de vente à l'international.....	88
2.3.3. Les opérations effectuées pendant la démarche d'exportation.....	89
Section 03 : Etude des opérations d'exportation de l'entreprise Cevital.....	92
3.1. Le groupe Cevital sur la scène internationale.....	92
3.1.1. Présentation de l'entreprise de « TRADE »	93
3.1.2. Description d'ANTEI INTERNATIONAL.....	93
3.2. Etude des opérations d'exportation de Cevital.....	94
3.2.1. Négociation du contrat et le choix de l'incoterm.....	94
3.3. Premier cas, Exportation de sucre blanc vers le Liban.....	94
3.3.1. Les étapes de l'opération d'exportation du sucre blanc vers le Liban.....	94
3.3.1.1. La réception de la demande des commodités pour le choix de la banque.....	94
3.3.1.2. Réception de la facture export par le service concerné, vérification de la facture se fait comme suit.....	95
3.3.1.3. Renseignement du formulaire de la banque selon les mentions obligatoires suivante ainsi que de la signature du formulaire par deux signataires.....	95
3.3.1.4. Envoi des documents à la banque pour traitement.....	95
3.3.1.5. Réception de la facture domiciliée par la banque.....	95
3.3.1.6. Remise de la facture domiciliée au service commodités.....	95
3.3.1.7. Création du dossier export et saisie des informations sur la base de données interne de CEVITAL SPA.....	96
3.3.1.8. Réception du service commodités des justificatifs d'exportation.....	97
3.3.1.9. Remise des justificatifs à la banque (peuvent être remis avant la réception des fonds)	97
3.3.1.10. Réception du Swift MT103 d'un montant de 398 424.90 USD (Confirmation de réception des fonds dans notre banque)	97
3.3.1.11. Saisie de la facture rapatriée (règlement sans crédit des comptes)	97
3.3.1.12. Crédit des 3 comptes.....	97
3.3.1.13. Saisie du règlement de la facture (mise à jour du règlement cours change et date de valeur de l'avis de crédit)	97
3.3.1.14. Vérification des commissions prélevées.....	97
3.3.1.15. Réception de l'attestation de rapatriement de la banque.....	97
3.3.1.16 Remise de l'attestation de rapatriement au service concerné, qui le transmettra au service transite, qui a son tour le remet à la douane.....	97
3.4. Deuxième cas, Exportation du Smen Medina vers le Maroc.....	98
3.4.1. La technique de paiement utilisée.....	98
3.4.1.1. Domiciliation d'une facture à l'export (LC)	98
3.4.1.2. Le crédit documentaire présente deux types de risques.....	98
3.4.1.3. Les acteurs de la lettre de crédit.....	98
3.4.1.4. Le schéma de fonctionnement de la lettre de crédit.....	100
3.4.2. Les étapes de l'opération d'exportation du Smen Medina.....	100
3.4.2.1.A la réception de la demande des commodités pour le choix de la banque.....	100
3.4.2.2. Réception de la facture pro-forma export par le service concerné.....	101
3.4.2.3. Renseignement du formulaire de la banque selon les mentions obligatoires suivi de la signature du formulaire par deux signataires.....	101
3.4.2.4. Envoi des documents à la banque pour traitement.....	101
3.4.2.5. Réception de la facture pro-forma domiciliée par la banque.....	101
3.4.2.6. Remise de la facture pro-forma domiciliée au service commodités.....	101
3.4.2.7. Création du dossier export et saisie des informations sur la base de données interne de CEVITAL SPA.....	101
3.4.2.8. Confirmation de l'ouverture de la LC (Swift 10-10')	101

3.4.2.9. Réception d'une facture commerciale.....	101
3.4.2.10. Renseignement du formulaire de report de domiciliation sur la facture commerciale suivis de la signature du formulaire.....	101
3.4.2.11. Envoi des documents à la banque.....	101
3.4.2.12. Réception de la facture commerciale domiciliée par la banque.....	101
3.4.2.13. Remise de la facture domiciliée au service concerné.....	101
3.4.2.14. Saisie des informations sur la base de données interne.....	101
3.4.2.15. Envoi des documents par canal bancaire au client.....	102
3.4.2.16. Réception du service commodités des justificatifs d'exportation.....	102
3.4.2.17. Remise des justificatifs à la banque (peuvent être remis avant la réception des fonds)	102
3.4.2.18. Réception du Swift MT103 (confirmation de réception des fonds dans notre banque)	102
3.4.2.19. Saisie de la facture rapatriée (règlement sans crédit des comptes)	102
3.4.2.20. Crédit des 3 comptes.....	102
3.4.2.21. Saisie du règlement de la facture.....	102
3.4.2.22. Vérification des commissions prélevées.....	102
3.4.2.23. Réception de l'attestation de rapatriement de la banque.....	102
3.4.2.24. Remise de l'attestation de rapatriement au service concerné.....	102
Conclusion.....	102
Conclusion générale.....	104

RESUME

Le commerce international occupe une place primordiale dans les débats de politique économique, encore plus depuis l'ère de la mondialisation, les échanges internationaux sont perçus comme une chance pour les pays qui souhaitent se développer mais aussi pour les pays qui veulent accroître leur puissance.

En Algérie le commerce international a commencé à se développer pendant les années 1990, avec l'adoption du libéralisme et la signature d'une multitude d'accord visant à faciliter les différents échanges entre pays, notamment les exportations qui ont longtemps était tabou en Algérie.

En effet, les exportations hydrocarbures en Algérie ont monopolisé le marché à tel point qu'ils ont handicapé les autres secteurs qui ont pourtant une belle marge de progression. Ce qui nous a poussé à travaillé la question de l'industrie agroalimentaire en Algérie, tout d'abord avec les différents ouvrages qu'on a pu consulter sur le sujet mais aussi avec un fructueux stage à Cevital, leader de l'agroalimentaire en Algérie, où nous avons pu observer les différents rouages de ce secteur avec un suivi complet de différentes opérations d'exportations ainsi qu'un suivi des contraintes à l'exportation qu'on peut trouver sur le marché national.

Enfin pendant ce stage nous avons constaté la stratégie dont dispose Cevital afin d'attirer de nouveaux clients, sonder de nouveaux marchés et surtout négocier ses contrats, le tout grâce à sa boîte de Trade international.