

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA.

**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES
SCIENCES GESTION.**

Département des Sciences Commerciales

**Mémoire de fin de Cycle
Pour l'obtention du diplôme de Master en Sciences Commerciales**

Option : Finance et Commerce International

Thème

Intitulé du thème :

Essai d'analyse des déterminants des exportations du secteur agroalimentaire en Algérie : Enquête auprès des entreprises de wilaya Bejaia

Réalisé par :

Encadreur : TOUATI Karima

- 1- CHELOUAH Nadir
- 2- BRADAI Amirouche

Membre du Jury

M

M

M

Promotion 2015-2016

Remerciement

Nous remercions dieu, le tout puissant de nous avoir accordé volonté et courage pour accomplir ce travail.

Nous avons aussi le plaisir de remercier vivement notre encadreur
M^{elle} Touati Karima

Suivi efficace de notre avancement.

Nous tenons à remercier tous les enseignants de notre faculté pour leurs précieux conseils.

Enfin, nous manifestons beaucoup de gratitude pour ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail

Chelouah. N

Bradai. A

Dédicace

Je dédie ce modeste travail :

A mes chers parents a qui me serait difficile d'exprimer ma profonde gratitude
pour l'éducation

Qu'ils m'ont prodigué, pour leur encouragement tout au long de mes études et
pour tous les sacrifices qu'ils ont consentis à mn égard ;

A mes très chers frères, sœurs, pour leur encouragement
tout au long de mes études ;

A mon binôme et mes chers amis, ainsi qu'à tous ceux qui m'ont aidé de pré ou
de loin à la réalisation de ce travail ;

A mon encadreur M^{elle} TOUATI Karima qui nous a beaucoup aidé dans
la réalisation de ce travail

Chelouah. N

Bradai. A

SOMMAIRE

Introduction Générale	01
CHAPIRE I : Présentation du marché agroalimentaire mondial et régional	05
Introduction	05
Section 1 : L'industrie agroalimentaire mondiale	05
Section 2 : Les principaux consommateurs agroalimentaires	19
Section 3 : L'industrie agroalimentaire au Maghreb	23
Conclusion	34
CHAPITRE II : les exportations du secteur agroalimentaire en Algérie	36
Introduction	36
Section 1 : Importance de l'industrie agroalimentaire en Algérie	36
Section 2 : les exportations des différentes filières agroalimentaires	43
Section 3 : Les facteurs empêchant le développement des exportations agroalimentaires ...	54
Conclusion	57
CHAPITRE III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia	59
Introduction	59
Section 1 : Présentation du terrain de l'enquête et de son secteur agroalimentaire	59
Section 2 : Etudes empiriques effectuées dans le secteur agroalimentaire de Bejaia	65
Section 3 : Présentation de la démarche méthodologique de l'enquête	69
Conclusion	83
Conclusion Générale	85
Bibliographie	

Annexe

Tableaux

Figure

Liste des abréviations

Table de matières

Résumé

Introduction Générale

Introduction général

Nous assistons depuis une quarantaine d'années à une globalisation de plus en plus accrue et une ouverture des frontières de plus en plus affirmée, facilitant ainsi les échanges entre les pays. Dans ce contexte, la multinationalisation des entreprises est devenue un vecteur clé du développement économique. Aujourd'hui il est largement admis que l'objectif principal de cette mondialisation est la recherche de profit.

L'industrie agroalimentaire, qui a pour mission principale de transformer les produits agricoles de base en produits alimentaires finis et prêts à la consommation, est l'un des principaux secteurs touché par la globalisation. Le débit des échanges entre pays, en produits agricoles de base et, en produits finis ne fait qu'augmenter.

Ces dernier temps, beaucoup de pays dans le monde se sont rendus compte de l'importance du secteur agroalimentaire, et ils ont concentré d'importants efforts dans l'industrie de ce secteur afin de répandre à la foi aux objectifs de croissance économique globale et de sécurité alimentaire des populations. Cette prise de conscience a boosté cette activité à l'échelle mondiale générant ainsi d'importants échanges en matières premières agricoles et en produits finis alimentaires.

L'intérêt apporté à ce secteur a créé au fil des années un marché très compétitif et exigeant en terme de prix et qualité, obligeant ainsi les producteurs à innover sans cessé pour faire face à la concurrence, et reprendre aux exigences du marché mondiale. Cette concurrence est apparue suit à la volante des producteurs de conquérir de nouveaux marchés par l'exportation.

La montée des pays émergents dans le marché mondial constitue le grand changement intervenu ces dernières années, cela est dû essentiellement a la volonté de ces pays d'attirer les IDE par des politiques préférentielles ciblées envers les investisseurs étrangers, la croissance économique rapide et soutenue de ces pays et la disponibilité des matières premières et d'une main-d'œuvre abondante et peu coûteuse.

L'Algérie est un pays mono exportateur, plus de 95% de son chiffre d'affaire à l'exportation est réalisé par les hydrocarbures. La combinaison de la dépendance des hydrocarbures, et la volatilité de leurs prix, fragilisent l'économie algérienne, pour remédier à cette situation, des promotions et des aides ont été misent en place pour développer les exportations hors hydrocarbures.

La promotion des exportations hors hydrocarbures passe nécessairement par la promotion des entreprises compétitives capables de relever les défis qu'impose la concurrence sur les marchés de l'exportation. La compétitivité dépend des facteurs aussi bien internes à l'entreprise « innovation, dépendance en matières premières,... » Qu'externe à elle « réglementation, institutions, administration.... » Par conséquent, agir sur sa compétitivité revient à agir sur ces facteurs, en la motivant à adopter les fonctions essentielles de la compétitivité et en lui adaptant l'environnement dans le sens facilitant et encourageant toute initiative d'aller au-delà des frontières nationales.

Dans notre cas nous allons traiter le secteur de l'industrie agroalimentaire, notre choix s'est porté sur ce secteur vu le rôle important qu'il joue dans l'économie du pays, ainsi, que sa contribution d'une façon efficace et durable à l'amélioration du PIB et à la résorption du chômage en pleine expansion.

Le présent travail s'inscrit dans la problématique de développement des exportations du secteur agroalimentaire en Algérie. L'objectif consiste, en l'analyse des principaux facteurs influant les exportations agroalimentaires

Formellement, cet objectif est traduit par le questionnement suivant : **Quels sont les déterminants des exportations du secteur agroalimentaire en Algérie ?**

Notre démarche consiste à questionner les entreprises algériennes ayant une expérience dans l'exportation afin d'identifier les difficultés auxquelles seront confrontées les entreprises qui voudraient exporter, et de déduire les facteurs favorables à la réussite à l'exportation à travers les comportements des entreprises exportatrices. Pour nous guider dans notre tâche, nous posons les hypothèses suivantes :

- ✓ **l'environnement des affaires en Algérie** « institutions, administration, réglementation » n'est pas favorable au développement des entreprises exportatrices. Or, la littérature en la matière admet que l'environnement de l'entreprise compte fortement dans la réussite de cette dernière à l'exportation.
- ✓ **Les facteurs internes à l'entreprise** « taille critiques, innovation, dépendance en matière premières » déterminent sa capacité concurrentielle sur les marchés internationaux. De là, nous supposons que les entreprises algériennes ayant réussi à l'export satisfont ces facteurs, et que les autres en manquent.

Afin de recueillir les données et informations dont nous avons besoins, nous avons choisi la méthode de l'enquête, par questionnaire comme étant l'instrument de collecte « support papier », destiné aux propriétaires dirigeants des entreprises exportatrices de la Wilaya de BEJAIA.

Notre travail est structuré en trois chapitres. Le premier fera l'objet d'une présentation du marché agroalimentaire mondiale et régional, dans cette partie nous traiterons l'industrie agroalimentaire mondiale et régionale puis les principaux consommateurs.

Les exportations du secteur agroalimentaire en Algérie est l'objet du deuxième chapitre, composé de trois sections, dont la première sert à donner une image sur l'importance de ce secteur en Algérie. La deuxième section sert à suivre les différentes filières agroalimentaires exportatrices en Algérie, et pour la troisième section nous citeront les facteurs empêchant le développement des exportations agroalimentaires.

Enfin, le troisième chapitre est une étude de terrain « les entreprises agroalimentaire exportatrices dans la wilaya de BEJAIA » qui débutera dans une première section par une présentation du terrain de l'enquête et de son secteur agroalimentaire. Ensuite dans la deuxième section nous allons revoir quelques Etudes empiriques effectuées dans le secteur agroalimentaire de Bejaia. Et dans la troisième section, nous procéderons à la présentation des résultats de l'enquête, ainsi qu'à leur analyse.

Chapitre 1

Présentation du marché agroalimentaire mondial et régional

Chapitre 1 : Présentation du marché agroalimentaire mondial et régional

Le secteur agroalimentaire regroupe l'ensemble des activités allant du producteur au consommateur. Il couvre l'approvisionnement en entrants agricoles, la production et la transformation de produits agricoles ainsi que leur distribution auprès du consommateur final. Du point de vue économique, le secteur agroalimentaire est l'un des premiers générateurs d'emplois et de revenus dans le monde. La montée des pays émergents dans le marché mondial constitue le grand changement intervenu ces dernières années.

Section 1 : L'industrie agroalimentaire mondiale

Dans cette section, nous allons définir l'industrie agroalimentaire, citer les principaux producteurs ainsi que les technologies utilisées.

1-1-Définition du concept

L'industrie agroalimentaire est une activité qui est apparue il y a onze mille ans sous une forme artisanale et familiale, l'objectif essentiel de cette activité était de transformer les matières premières agricoles périssables en produits alimentaires stockables et directement utilisables.

En fonction des matières premières traitées et des procédés de fabrication utilisés, le secteur de l'industrie agroalimentaire est présenté en différentes filières :¹

- **Filière de production de la viande** : concerne l'activité d'abattage des bêtes (bovins ovin caprins etc.), les activités de découpe et de filetage, de charcuterie, le conditionnement de la viande.
- **Filière de production des produits laitiers** : elle concentre ses activités dans la fabrication des laits en poudre, concentré de lait, lait caillée, yaourt, beurre, fromage, etc.
- **Filière de production des produits à base de céréales** : concerne les activités de production des grains, principalement pour la production de farines, de semoule, etc.
- **Filière de production d'huile, de corps gras et de margarine** : elle couvre les activités de production des huiles et de margarine à partir de la trituration des produits oléagineux (arachide, sésames, palmier à huile, etc.) et des corps gras animaux

¹Mourad BOUKELA, « les industries agroalimentaire en Algérie » Edition CREAD et SIHEAM 1996 P n° 31

- **Filière de production sucrière** : elle s'intéresse aux opérations d'extraction du saccharose contenu dans deux plantes saccharifères : la canne et la betterave
- **Filière de production du produit alimentaire divers** ; elle regroupe l'industrie de la confiserie, la chocolaterie et toutes autre activité de transformation de matière première destinée à l'alimentation humaine et animale et qui ne sont pas contenu dans les autres filières
- **Filière de production des boissons et alcools** : elle concerne la fabrication de l'eau minérale, des boissons gazeuses, de vin et spiritueux

Aujourd'hui le secteur des industries agroalimentaires constitue un facteur de valorisation et de régulation de la production agricole. Il détient une place importante dans le secteur industriel à travers sa participation à l'amélioration de la balance commerciale et à la création d'emplois.

1-2-Les principaux producteurs dans le secteur IAA

Un grand nombre de pays dans le monde concentre plus d'efforts dans le secteur de l'industrie agroalimentaire, afin de répondre à la fois aux objectifs de croissance économique globale et de sécurité alimentaire des populations. Malgré ces efforts réalisés, de nombreux pays restent encore en marge de ce mouvement et des effets positifs du secteur des IAA dans le monde. L'Afrique, considérée comme le plus grand réservoir de matière première, figure parmi ces régions qui peinent encore à amorcer leur démarrage dans ce secteur au bénéfice de leurs populations dont le quotidien rime avec la pauvreté.

Aujourd'hui les principaux groupes dans l'industrie agroalimentaire font partie de l'Union Européenne et des Etats Unis. (Voir tableau n°1)

Tableau N°1 : les principaux groupes dans l'industrie agroalimentaire dans le monde (2015)

Classement	Entreprise	Nationalité	Chiffre d'affaires en Mds de \$
1	Nestlé	Suisse	89,9
2	PepsiCo	États-Unis	63
3	Unilever	Royaume-Uni	54,8
4	The Coca-Cola Company	États-Unis	44,3
5	Mondelez international	États-Unis	29,6
6	Danone	France	22,4

Source : fr.wikipedia.org/wiki/Classement_mondial_des_entreprises_leader_par_secteur Chiffre 2015, en milliards de Dollars

On constate d'après ce tableau que les plus grands groupes sont issus des pays les plus développés notamment dans le secteur de l'industrie agroalimentaire.

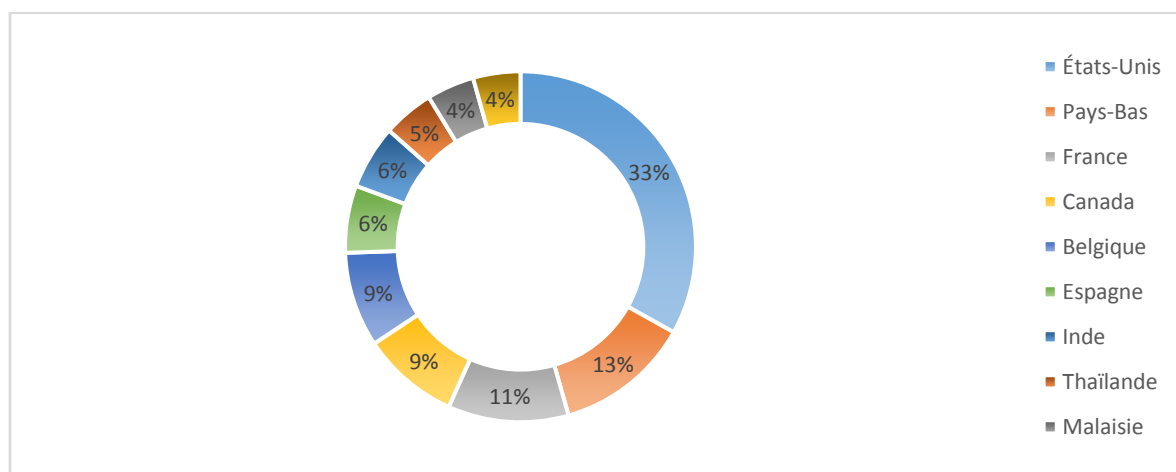
Le classement des principaux pays exportateurs dans le secteur agroalimentaire ainsi que l'évolution de leurs exportations sur 5 ans sont illustrées dans le tableau N°2

Tableau N°2 : Les principaux pays exportateurs dans le secteur agroalimentaire, les chiffres sont en millions de Dollars

ANNÉE	2010	2011	2012	2013	2014	2015	% En 2015
États-Unis	1278495	1482508	1545703	1579593	1620532	1504914	33%
Pays-Bas	574251	667101	655374	671556	672671	567217	12%
France	523767	596473	568708	580963	580471	505897	11%
Canada	387481	451335	455592	458318	474725	408475	9%
Belgique	407692	475672	445939	468760	472319	398158	9%
Espagne	254418	306551	295250	317833	324536	281836	6%
Inde	226351	302905	296828	314848	322694	267147	6%
Thaïlande	193306	222576	229106	228505	227524	214375	5%
Malaisie	198612	228086	227538	228331	233927	199869	4%
Pologne	159724	188696	185374	204984	220152	198243	4%
TOTAL	4204097	4921903	4905412	5053691	5149551	4546131	100%

Source : Etablie par nous-mêmes à partir des données CNUCED statistique/Tendance du commerce/Commerce total et pourcentage du monde, annuel, 1948-2015/ Principaux pays exportateurs nets de produits alimentaires

Figure N° 1 : Représentation des parts d'exportations des 10 premier pays exportateurs pour l'année 2015 à partir des données du tableau N°2



D'après les données du tableau N° 02 et le graphe correspondant à l'année 2015 il est clair que les USA continuent à dominé le marché mondiale des produits agroalimentaires, ses exportations ont augmenté de 17,7% entre 2010 et 2015 passant de 1278495 en 2010 à 1504914 mille de \$ en 2015. Elles sont suivies par les Pays-Bas, France et le Canada

1-3-Les technologies utilisées dans l'industrie agroalimentaire

Le secteur de la transformation des produits agricoles et alimentaires est un secteur industriel primordial dont l'activité touche toute la société. Ce secteur, qui a toujours eu beaucoup d'importance dans les activités humaines, a pris au cours de ces deux derniers siècles, une dimension industrielle. C'est aujourd'hui, le premier secteur industriel dans certains pays (France, Maroc...etc....), et c'est le secteur le plus excédentaire du point de vue de la balance commerciale. Cette importance économique a été gagnée, grâce au développement de technologies alimentaires spécifiques qui permettent de valoriser au mieux les produits de l'agriculture. La chaîne de transformation qui, à partir des produits agricoles, aboutit aux produits commercialisés dans les linéaires des détaillants possède des caractéristiques qui la distinguent des autres industries.

La technologie alimentaire est l'application de la science alimentaire et des techniques scientifiques à la sélection dans les trois principales étapes qui sont la conservation, la transformation, le conditionnement, en vue d'obtenir une alimentation saine et équilibrée, de bonne valeur nutritionnelle et qualité organoleptique.²

1-3-1 La conservation

L'homme a toujours cherché des moyens de conserver les denrées alimentaires pour assurer sa survie en période de disette. Aux premières et simples méthodes de conservation (le séchage), ont succédé les techniques de salaison, la conservation par le sucre (les confitures) et la fermentation (vin, fromage). Au siècle dernier sont apparues la conservation par la chaleur et plus récemment par le froid avec le développement des installations frigorifiques. Ces différents procédés ont chacun leurs avantages en termes de praticité et de qualité nutritionnelle :

- **La conservation par la chaleur** : Cette méthode de conservation consiste à détruire par la chaleur des micro-organismes contenus dans les denrées alimentaires, et à conditionner ces dernières dans un emballage étanche pour éviter les ré contaminations microbiennes ultérieures.

Le traitement thermique peut être effectué soit sur le produit conditionné soit sur le produit en vrac, suivi alors d'un conditionnement aseptique. On distingue la pasteurisation et l'appertisation, qui diffèrent par la température maximale appliquée et la durée du traitement.

²BERNARD A. ; CARLIER H. - *Aspects nutritionnels des constituants des aliments. Influence des technologies*. Les cahiers de l'ENSBANA - 2010. Tec Doc LAVOISIER, PARIS.

a) La pasteurisation

Elle porte les produits traités à des températures entre (+70 et +100°C), afin de détruire les flores bactériennes thermosensibles. Les produits pasteurisés sont de bonnes qualités organoleptiques. Les macronutriments sont bien conservés ainsi que les vitamines.

b) L'appertisation

Cette technique porte les produits à plus haute température (+115 à +140°C) que la pasteurisation. Elle détruit toutes les flores bactériennes, permettant ainsi une conservation à température ambiante et une durée de vie longue. Les produits appertisés sont conditionnés en boîtes métalliques ou en bocaux de verre pour les conserves appertisées classiques, en barquettes et briques pour les produits les plus récents.

- **La conservation au froid** : pratique très ancienne, elle s'est répandue au début du XXème siècle avec le développement des techniques de production du froid artificiel. On distingue la réfrigération et la congélation/surgélation.

a) La réfrigération

Elle freine le développement des principales bactéries pathogènes par entreposage des denrées à (+3°/+4°C). La réfrigération retarde de quelques jours l'évolution d'une denrée périssable et permet d'allonger la durée de distribution des produits frais (produits laitiers, viandes, poissons, fruits et légumes).

b) La surgélation

Elle consiste à abaisser très rapidement la température d'une denrée en deçà de -18°C, pour bloquer l'activité microbienne. Les étapes de la surgélation occasionnent une perte en vitamines. Les produits surgelés peuvent se conserver à -18°C pendant plusieurs mois (voire une année) sans modification notable des nutriments.

Ce mode de conservation est aujourd'hui très répandu dans les pays développés, pour sa praticité et la grande variété de produits disponibles (fruits, légumes, viandes, poissons, plats cuisinés, boulangerie-pâtisserie...). Il implique un strict respect de la chaîne du froid (-18°C de la fabrication à la consommation).

- Les nouvelles techniques**a) L'ionisation**

Ce procédé physique repose sur l'exposition des aliments à l'action directe de certains rayonnements électromagnétiques (rayons X) ou électroniques (rayonnement β) permettant de les conserver par destruction des insectes et micro-organismes parasites, en préservant au

mieux leurs qualités organoleptiques, sanitaires et nutritionnelles. Ce procédé de conservation doit être associé souvent à la réfrigération ou la surgélation.

b) Les hautes pressions ou la Pascalisation

Cette technique détruit les micro-organismes en appliquant de très fortes pressions (4000 à 6000 fois la pression atmosphérique) sur la denrée dans des enceintes spéciales à température normale, sans modifier les qualités nutritionnelles et organoleptiques des produits frais. Ce procédé commence à être appliqué au Japon pour conserver des jus de fruits. Son application reste aujourd'hui limitée en raison de son coût.

Les progrès de l'industrie agro-alimentaire en font des procédés sûrs, qui préservent assez bien les qualités nutritionnelles des denrées. Le choix du mode de conservation, pour le consommateur en bonne santé, dépendra donc de ses goûts, de son équipement ménager et du service qu'il en attend.

1-3-2 La Transformation

Tous les jours, les gens transforment les aliments en préparant les repas de la famille. Cependant, la notion de «transformation des aliments» va au-delà de la préparation et de la cuisson des aliments, elle fait appel à des principes scientifiques et technologiques de conservation des aliments par le ralentissement ou l'interruption du processus de détérioration. Elle permet aussi de modifier de façon contrôlée et prévisible la qualité gustative des aliments. La transformation des aliments fait appel à la créativité du transformateur pour changer les produits bruts en une série de produits appétissants et attrayants qui ajoutent une variété intéressante au régime alimentaire des consommateurs.

Les transformateurs de produits alimentaires doivent fabriquer des produits salubres pour éviter tout risque aux consommateurs. Il ne s'agit pas seulement de risques microbiologiques, mais aussi, de pesticides ou autres matières nocives qui affectent la qualité des aliments. La qualité du produit dépend du matériau brut, des conditions de transformation, et des conditions d'entreposage et de manutention après transformation. Les transformateurs de produits alimentaires doivent s'informer sur la composition des aliments à transformer pour pouvoir anticiper sur les modifications qui s'opèrent pendant la transformation, sur la durée de conservation du produit et sur les types de micro-organismes qui peuvent se développer. Cette information permet de prévenir la dégradation des aliments et les risques d'intoxication alimentaire.

Il existe plusieurs procédés de transformation (voir tableau 3)

Il est important de noter que la production de la plupart des aliments transformés fait appel à plus d'une catégorie des procédés

Tableau N°3 : Les différents procédés de transformation.

Catégories de procédés	Exemples de types de procédés
Chauffer pour détruire les enzymes et les micro-organismes	Bouillir, blanchir, rôtir, griller, cuire au four, pasteuriser, et fumer
Éliminer l'eau contenue dans les aliments	Sécher, concentrer par ébullition, filtrer, presser
Abaisser la température des aliments	Refroidir, ressuer, congeler
Augmenter l'acidité des aliments	Fermenter, ajouter de l'acide citrique ou du vinaigre
Utiliser des produits chimiques pour prévenir l'activité des enzymes et des microbes	Salier, juter, fumer et ajouter des conservateurs chimiques comme le sodium méta bisulfite ou le sodium benzoate
Protéger contre l'air, la lumière, l'humidité, les micro-organismes et les animaux nuisibles	Emballer

Source: Fellows, P.J. and Hampton, A., 1991. Small Scale Food Processing - a guide to appropriate equipment. IT Publications, Londres.

1-3-3 Le conditionnement

Une fois le procédé de conservation exécuté, l'emballage aura la fonction de protection et de conservation des aliments sans risque pour les consommateurs dans un délai acceptable. Pour la conservation des aliments, la notion utilisée est celle de barrière des emballages.

Un emballage barrière empêche ou ralentit la perméabilité d'une composante volatile ou gazeuse (exemple : barrière à l'oxygène, à l'humidité, aux arômes, etc.). Parmi la multitude d'emballages existants sur le marché, seuls le métal et le verre offrent une barrière absolue.

L'emballage joue un rôle particulièrement important dans deux procédés de conservation, le traitement thermique et l'emballage sous atmosphère modifiée des aliments.³

- Produit et emballage avec traitement thermique :

Le processus thermique, couramment utilisé, diminue de manière considérable les micro-organismes afin d'augmenter la durée de vie du produit. L'emballage s'exposera à la

³ J.L. MULTON & G.BUREAU Coordonnateurs ; L'emballage des denrées alimentaires de grande consommation, Collection : Sciences et techniques agroalimentaires.

température du produit chaud ou à la combinaison produit/emballage chauffé par différents procédés afin de rendre le produit pasteurisé ou stérile.

- Emballage sous atmosphère modifiée (MAP) ou vide :

Il permet d'évacuer l'air de l'emballage pour favoriser la conservation des aliments. Cependant, la viande a tendance à grisailier en l'absence d'oxygène. Pour remédier à ce problème, il est nécessaire d'injecté un mélange en proportions différentes de gaz inertes en fonction de l'aliment à conserver. Les gaz utilisés sont l'azote, le dioxyde de carbone et l'oxygène. Chacun de ces gaz joue un rôle particulier en rendant l'emballage plus efficace.

Les besoins de nouvelles fonctions pour mieux valoriser les aliments et informer les consommateurs ont donné naissance aux emballages actifs, intelligents et novateurs.

- Emballages actifs

Les progrès technologiques ont permis le développement d'emballages actifs qui entrent en interaction avec l'aliment ou s'adaptent à son environnement pour préserver, le plus longtemps possible et de façon optimale, ses qualités organoleptiques et nutritionnelles.

La composition de l'emballage empêche la formation de gaz et peut libérer des agents conservateurs ou antioxydants de façon à ce que l'aliment conserve sa fraîcheur, maintienne sa qualité et ne soit pas endommagé.

Dans la gamme des emballages actifs, nous pouvons distinguer deux catégories

a) Les absorbeurs

Ces emballages ont pour objectif de retirer les éléments indésirables qui viendraient nuire à la qualité du produit contenu. On peut y retrouver des absorbeurs d'oxygène, des produits de dégradation et des régulateurs d'humidité.

Ces emballages contient un absorbeur qui vient modifier l'atmosphère de conditionnement du produit afin d'assurer une meilleure conservation.

b) Les « ré largueurs » d'additifs

Cette catégorie permet d'ajouter, d'introduire des éléments bénéfiques à l'ensemble clos comme, par exemple, des émetteurs d'éthanol, de gaz carbonique, d'agent de conservation, d'arôme, etc.

- Emballages intelligents

Les emballages intelligents, quant à eux, surveillent et contrôlent l'évolution des conditions dans lesquelles un produit alimentaire a été emballé. Ils fournissent également des informations complémentaires sur la qualité du produit pendant toutes les étapes de transport et de stockage précédant sa consommation. Ils déploient un dispositif d'informations qui

explique clairement au consommateur les caractéristiques du produit. Les limitations d'usage des emballages intelligents sont leur coût.

- Emballages novateurs

L'innovation en emballage a propulsé des produits et a permis entre autres de :

- Promouvoir le produit par son emballage pour inciter les clients à l'acheter.
- Faciliter l'usage du produit, car l'emballage doit rendre service. La boîte à un bec verseur, le bouchon devient doseur, le bidon offre une poignée, la barquette passe au four micro-ondes et devient une assiette... C'est l'emballage évolutif.
- L'emballage doit garantir l'inviolabilité avant achat pour éviter les fraudes, afin d'interdire à quiconque d'introduire une substance étrangère dans le produit ou pour empêcher le consommateur de le goûter ou de le sentir.

1-4-Les perspectives agricoles selon l'OCDE et la FAO

Le secteur agricole joue un rôle primordial dans l'économie des pays. Il représente une large part du produit intérieur brut (PIB), emploie une proportion significative de la population active, produit la majeure partie des denrées alimentaires de base consommable et utilisable comme matière première.

Cette importance a poussé l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)⁴ et l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO)⁵, à analyser pour chaque décennie les perspectives des marchés nationaux, régionaux et mondiaux des produits agricoles de base et fournir un rapport grâce à leurs connaissances spécialisées sur les produits, les politiques et les pays, ainsi que les informations fournies par leurs pays membres.⁶

L'essentiel de ces perspectives est donné comme suit :

⁴L'Organisation de coopération et de développement économiques est une organisation internationale d'études économiques, dont les pays membres (34 des pays développés pour la plupart) ont en commun un système de gouvernement démocratique et une économie de marché. Elle joue essentiellement un rôle d'assemblée consultative.

⁵L'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, plus couramment, FAO soit en anglais (Food and Agriculture Organisation of the United Nations) est une organisation spécialisée du système des Nations unies, la FAO compte 197 membres, Son objectif suprême affiché est Aider à construire un monde libéré de la faim.

⁶<http://www.agri-outlook.org>

- **La divergence dans le Mouvement des prix au début des Perspectives**

Les prix des produits végétaux et animaux ont suivi des tendances diverses en 2014. On constate une chute des prix des céréales et des oléagineux suite à la récolte abondante de deux années de suite. Dans le domaine de l'élevage, la contraction de l'offre, due à des facteurs tels que la reconstitution des troupeaux et des maladies, a porté les prix de la viande à un niveau exceptionnellement élevé, tandis que ceux des produits laitiers ont fortement chuté après avoir atteint des sommets historiques.

- **Les prix réels ont tendance à baisser à long terme**

En valeur réelle, les prix de l'ensemble des produits agricoles devraient baisser au cours des dix ans à venir, grâce à la croissance de la production, soutenue par la croissance tendancielle de la productivité, la diminution des prix des intrants, dépassant l'augmentation de la demande, moins prononcée qu'auparavant. Bien que ce mouvement soit conforme à la tendance à la baisse sur le long terme, les prix devraient se maintenir à un niveau plus élevé que dans les années qui ont précédé la flambée de 2007-08. La consommation par habitant de produits de base sera proche de la saturation dans beaucoup d'économies émergentes et la reprise de l'économie mondiale sera globalement timide, ce qui freinera la demande.

- **Augmentation de la demande et des prix des protéines animales**

La demande change surtout dans les pays en développement, où la croissance démographique, même plus lente qu'auparavant, se conjugue à la hausse des revenus par habitant et à l'urbanisation pour faire augmenter la consommation d'aliments. L'élévation des revenus amène les consommateurs à diversifier leur alimentation et à accroître les apports de protéines animales comparativement aux apports de féculents. C'est pourquoi la FAO s'attend à ce que les prix de la viande et des produits laitiers soient élevés par rapport à ceux des produits végétaux, et à ce que les prix des céréales secondaires et des oléagineux utilisés pour nourrir le bétail augmentent par rapport à ceux des aliments de base. Ces tendances structurelles sont dans certains cas compensées par des facteurs particuliers, comme la stagnation de la demande d'éthanol de maïs.

- **Stabilité de la production de biocarburants aux États-Unis et au sein de l'Union Européenne, et sa croissance au Brésil et en Indonésie**

La baisse des prix du pétrole exerce une pression sur les prix, essentiellement parce qu'elle se répercute sur le coût de l'énergie et des engrais. En outre, du fait de cette baisse, la production de biocarburants de première génération n'est généralement pas rentable sans obligations d'incorporation ou d'autres incitations. La FAO ne s'attend pas à ce que l'action publique entraîne une hausse notable de la production de biocarburants aux États-Unis et dans l'Union européenne. En revanche, la production d'éthanol de canne à sucre devrait augmenter au Brésil sous l'effet de la majoration du taux d'incorporation obligatoire dans l'essence et d'incitations fiscales, et la production de biodiesel est activement encouragée en Indonésie.

- **Une croissance de la production végétale stimulée par la croissance des rendements**

En Asie, en Europe et en Amérique du Nord, l'augmentation de la production agricole sera imputable presque exclusivement à l'amélioration des rendements, tandis qu'en Amérique du Sud, cette dernière devrait se conjuguer à un accroissement de la surface agricole. La progression de la production prévue en Afrique est modeste, encore que de nouveaux investissements puissent la stimuler sensiblement, de même que les rendements.

- **La concentration des pays exportateurs augmente les risques sur le marché des principaux produits alimentaires**

D'après les projections, les exportations de produits agricoles de base vont se concentrer dans un nombre de pays plus restreint, alors que les importations vont se répartir entre un grand nombre d'entre eux. Le fait que les marchés mondiaux de certains produits essentiels ne soient approvisionnés que par un nombre relativement limité de pays accroît les risques de marché, notamment ceux qui sont liés aux catastrophes naturelles ou à l'adoption de mesures commerciales à l'origine de perturbations. Globalement, les échanges devraient croître plus lentement qu'au cours de la décennie précédente, mais se maintenir au même niveau en proportion de la production et de la consommation mondiale.

- **Au cours des dix prochaines années, des marchés mondiaux vraisemblablement touchés par au moins un choc sévère**

Le scénario de référence actuel reflète les conditions fondamentales de l'offre et de la demande qui prévalent sur les marchés agricoles mondiaux. Cependant, les Perspectives sont sujettes à un large éventail d'incertitudes, dont certaines font l'objet d'une analyse stochastique. Si l'on projette dans le futur les variations passées des rendements, des prix du pétrole et de la croissance économique, il est très probable que les marchés internationaux connaissent au moins un choc grave au cours des dix années qui viennent.

1-5-L'Industrie Agroalimentaire dans les Pays émergents

L'industrie agroalimentaire a connu un long processus de concentration dicté par la recherche des économies d'échelle. Les opérations de fusions et acquisitions et les flux des IDE ont entraîné l'émergence de grandes multinationales issues d'un petit groupe de pays : États-Unis, Europe et Japon. À côté de ces géants qui dominent le secteur, on trouve toutefois des entreprises de taille plus modeste : dans l'Union européenne, les PME représentent toujours 49 % du chiffre d'affaires et 63 % des emplois dans l'industrie agroalimentaire.⁷ Ces dernières années, la hiérarchie des grandes multinationales a été bousculée par la montée en puissance des pays émergents, présentant aussi des marchés très dynamiques avec des consommateurs de plus en plus connaisseurs de produits agroalimentaires sophistiqués. C'est pourquoi les multinationales y cherchent des relais de croissance. (Voir Tableau N°4). Les multinationales s'attaquent à ces nouveaux marchés, en rachetant des entreprises locales ou en adaptant leur gamme de produits.

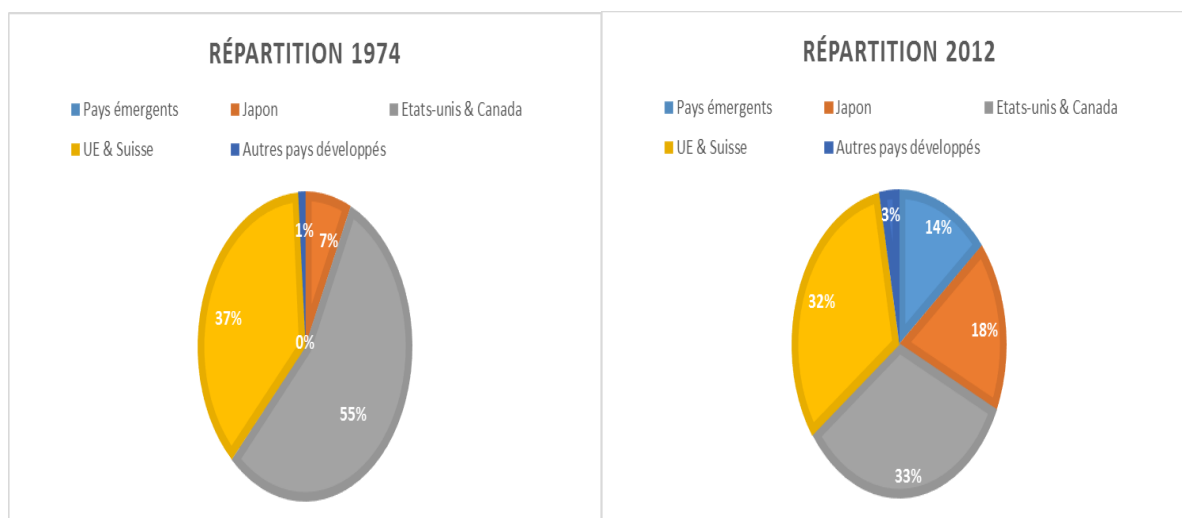
Tableau n°4 : évolution du nombre de firmes agroalimentaires dans le top 100 mondial

Année	1974	2012
Pays émergents	0	14
Japon	7	18
États-Unis & Canada	55	33
UE & Suisse	37	32
Autres pays développés	1	3

Source : Alternatives Internationales Hors-série n° 015 - mai 2014, p 47

⁷ Alternatives Internationales Hors-série n° 015 - mai 2014, p 46

Figure N°2 : Représentation graphique l'évolution du nombre de firmes agroalimentaires dans le top 100 mondial



L'analyse de la figure n° 1 montre que les pays riches et leurs firmes dominent toujours l'industrie agroalimentaire (la part du lion revient aux USA). Mais depuis dix ans, les pays émergents ont gagné une part importante des marchés mondiaux.

L'une des caractéristiques les plus marquantes de l'ouverture économique des pays émergent au cours des dix dernières années est l'afflux massif d'investissements directs étrangers (IDE) vers ces pays. Ainsi, ils sont devenus dès 2014, les principaux pays d'accueil des IDE avec plus de 55 % du total des flux mondiaux des IDE contre 40% pour les pays développés, et 5% pour les autres économies.⁸ (Voir tableau 5)

Tableau N°5 : Flux des IDE entrants dans les différentes économies en pourcentage.

Année	2010	2011	2012	2013	2014
Économies en développement	43.659	40.841	45.543	45.721	55.475
Économies développées	50.686	52.938	48.389	47.491	40.608
Économies en transition et autres	5.654	6.221	6.067	6.788	3.917

Source : CNUCED statistique/Investissement étranger direct/Flux et stock de l'investissement étranger direct/flux et stock entrants et sortants, annuel, 1980-2014/monde.

Cette croissance extrêmement rapide des flux d'IDE dans les pays émergents est en général attribuée à différents facteurs parmi lesquels on peut souligner :

⁸ <http://unctadstat.unctad.org>

- 1- La volonté des pays émergents d'attirer les IDE par des politiques préférentielles ciblées envers les investisseurs étrangers.
- 2- La croissance économique rapide et soutenue des pays émergents.
- 3- La disponibilité des matières premières et d'une main-d'œuvre abondante et peu coûteuse.
- 4- La taille immense et l'expansion rapide du marché intérieur.

Exemples de transfère d'IDE de quelque multinational vers les pays émergents

Vu l'attractivité des marché des pays émergents, les multinationales se sont attaquées à ces marchés, en rachetant des entreprises locales ou en adaptant leur gamme de produits. Plusieurs exemples peuvent être donnés

L'anglo-néerlandais Unilever (thés Lipton, soupes Knorr...) réalise désormais près de 60 % de son chiffre d'affaires dans les pays émergents.⁹

Le groupe français Lactalis a pris le contrôle pour un montant de 200 millions d'euros de Tirumala Milk Products, le second groupe laitier du Sud de l'Inde qui emploie 5 000 personnes. En rachetant cette société indienne, Lactalis a ainsi réalisé sa première implantation en Asie, alors que le groupe réalise encore 60 % de son chiffre d'affaires en Europe et même 25 % en France. Le secteur laitier indien est le plus important au monde avec environ 20 % de la production mondiale de lait avec une collecte supérieure à 130 milliards de litres, soit trois fois plus que la collecte chinoise. En 2013, Lactalis avait également fait sa première acquisition au Brésil, avec la société Balkis, ce qui démontre son intérêt de plus en plus vif pour les marchés émergents.

Le groupe français Sodiaal a lancé la construction d'une usine de poudre de lait à Carhaix dans le Finistère en France à destination du marché chinois pour un montant de 100 millions d'euros sur la base d'un partenariat avec Synutra, l'un des principaux groupes laitiers chinois.

Evolution des exportations des produits agroalimentaire dans les pays émergents

Les exportations agroalimentaires ont connues une importante évolution dans les pays émergents, aujourd'hui trois pays (Inde, Thaïlande, Malaisie) figurent dans le Top 10 des pays exportateurs dans ce secteur.

⁹Alternatives Internationales Hors-série n° 015 - mai 2014, p 46

Le tableau suivant montre les principaux pays émergents exportateurs des produits agroalimentaires ainsi que leurs évolutions

Tableau N°06 : Les principaux pays émergents exportateurs des produits agroalimentaires

ANNÉE	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Evolution
Inde	164909	226351	302905	296828	314848	322694	267147	62%
Thaïlande	152422	193306	222576	229106	228505	227524	214375	41%
Malaisie	157244	198612	228086	227538	228331	233927	199869	27%
Brésil	152995	201915	256040	242578	242034	225101	191134	25%
Viet Nam	57096	72237	96906	114529	132033	150475	162107	184%
Indonésie	119646	158074	203497	190032	182552	176293	150282	26%
Turquie	102143	113883	134907	152462	151803	157610	143883	41%
Chili	55463	71109	81438	77791	76477	75675	63362	14%
Argentine	55672	68187	84051	79982	75963	68335	56752	2%
Pérou	26962	35803	46376	47411	42861	39533	34157	27%

Source : CNUCED statistique/Tendance du commerce/Commerce total et pourcentage du monde, annuel, 1948-2015/ Pays exportateurs nets de produits alimentaires/ Pays en développement exportateurs nets de produits alimentaires

Unité : en millions de Dollars des États-Unis

D'après le tableau ci-dessus on constate une importante évolution des exportations en 6 ans pour les principaux pays émergents exportateurs (Inde 62%, Thaïlande 41%, et Viet Nam 184%).

Exemple de volonté d'exportation dans les pays émergents

Le Brésil est le second exportateur mondial de viandes. Il fournit respectivement 70 % et 40 % des importations européennes de volailles et de bœuf¹⁰. Sa compétitivité se base sur trois piliers :

- le coût limité des facteurs de production et des intrants.
- une industrie puissante et concentrée, soutenue par les pouvoirs publics.
- Les réglementations sanitaires « à la carte », chaque région dispose de sa propre réglementation, cela est due au gigantisme du Brésil.

Section 2 : Les principaux consommateurs agroalimentaires

Selon la FAO (Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture) il y aura 2,3 milliards de bouches de plus à nourrir en 2050 soit 9 milliards d'êtres humains et que pour répondre à cette demande une hausse de 70% de la production agricole est nécessaire.

¹⁰Données USDA, 2012/Disponible sur <http://agriculture.gouv.fr/la-competitivite-agricole-du-bresil-le-cas-des-filieres-delevage#nb1> consulté le 20/05/2016

A base des données historique et des prévisions, l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture nous donne l'évolution de la consommation alimentaire par habitant entre 1999 et 2050 (Voir tableau N° 07)

La consommation alimentaire par habitant exprimée en kcal/personne/jour sert d'indicateur de la ration alimentaire.

Tableau 07 : Consommation alimentaire par habitant de 1999 à 2050 (kcal/personne/jour)

Indicateur		1999	2005	2015	2030	2050
Monde		2 725	2 771	2 884	2 963	3 047
1	Pays industrialisés	3 429	3 462	3 501	3 548	3 569
2	Pays en transition	2 884	3 045	3 043	3 159	3 283
3	Proche-Orient/Afrique du Nord	2 991	2 995	3 072	3 134	3 197
4	Asie de l'Est	2 764	2 839	3 034	3 112	3 144
5	Amérique latine/Caraïbes	2 798	2 899	2 953	3 084	3 151
6	Pays en développement	2 579	2 622	2 770	2 864	2 966
7	Asie du Sud	2 334	2 344	2 532	2 656	2 843
8	Afrique sub-saharienne	2 128	2 167	2 319	2 494	2 708

Source : M. Yvon COLLIN, rapport d'information au nom de la délégation sénatoriale à la prospective sur le défi alimentaire à l'horizon 2050, p N° 27. *Unité* : kcal/personne/jour

Ce tableau montre que la situation mondiale de la sécurité alimentaire est en constante amélioration à l'échelle mondiale et au niveau des pays en développement. Le seuil de 2 700 kcals à été fixé comme indicateur du niveau de satisfaction des besoins en sécurité alimentaire.

La consommation alimentaire mondiale est en constante augmentation puisque la consommation alimentaire par habitant augmente régulièrement à l'échelle mondiale et aussi au niveau des pays en développement.

Il est décevant de constater clairement sur le tableau que l'Afrique subsaharienne n'atteint pas le niveau de satisfaction des besoins en sécurité alimentaire.

Pour déterminer les principaux consommateurs alimentaires nous allons suivre l'évolution des importations alimentaires pour les pays ayant un niveau satisfaisant en sécurité alimentaire (voir tableau N°08)

Tableau N°08 : Evolution des importations alimentaires des principaux pays consommateurs.
Les chiffres sont en millions de Dollars des États-Unis.

ANNÉE	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Chine	1201612	1577754	1898381	2048714	2209005	2342293	2274949
Allemagne	1120041	1258924	1473985	1401113	1445067	1494608	1329469
Japon	580719	769774	823184	798568	715097	690217	624939
République de Corée	363534	466384	555214	547870	559632	572664	526755
Chine (Hong Kong)	329422	400692	455573	492907	535187	524065	510596
Royaume-Uni	354893	415959	506570	472792	540616	505205	460446
Italie	406909	447301	523258	501306	518268	529899	459068
Mexique	229712	298305	349569	370770	380015	397129	380772
Singapour	269832	351867	409503	408393	410250	409787	350506
Fédération de Russie	303388	400630	522011	529256	523276	497764	340349

Source : CNUCED statistique/Tendance du commerce/Commerce total et pourcentage du monde, annuel, 1948-2015/Principaux pays importateurs nets de produits alimentaires

Unité : en millions de Dollars des États-Unis

On constate d'après ce tableau que les plus grands consommateurs sont les pays industrialisés qui dispose d'une consommation alimentaire par habitant élevée (Tableau N°07)

La consommation alimentaire et la croissance démographique sont conjointement liées car une augmentation de la population engendre une hausse de la demande (Exemple Chine).

2-1-Evolution de la croissance démographique des principaux consommateurs agroalimentaires : Le tableau suivant montre l'évolution démographique des principaux pays consommateurs des produits agroalimentaires.

Tableau N° 09 : Evolution démographique entre 2009 et 2015

ANNÉE	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Chine	1333807	1340969	1348174	1355387	1362514	1369436	1376049
Russie	143127	143158	143211	143288	143367	143429	143457
Mexique	116816	118618	120365	122071	123740	125386	127017
Japon	127341	127320	127253	127140	126985	126795	126573
Allemagne	80520	80435	80425	80478	80566	80646	80689
Royaume-Uni	62463	62961	63411	63821	64204	64581	64967
Italie	59467	59588	59679	59738	59771	59789	59798
République de Corée	48807	49090	49357	49608	49847	50074	50293
Chine (Hong Kong)	6949	6994	7044	7102	7164	7227	7288
Singapour	4965	5079	5191	5300	5405	5507	5604

Source : CNUCED Statistiques/Population et main-d'œuvre/population/Population totale et urbaine, annuel, 1950-2050

Unité : Chiffres en milliers

2-2-L'importance du marché des pays du Golf

Les pays du golf représentent un important marché dans les produits agroalimentaires car la sécurité alimentaire devient un enjeu crucial. Un grand nombre d'entre eux font face à des marchés alimentaires mondiaux plus restreints à cause de :

- réduction des excédents exportés par les partenaires commerciaux.
- baisse de la production alimentaire nationale.
- La croissance démographique.

Les pays les plus riches de la péninsule Arabique, craignant qu'un jour ils ne soient plus en mesure de sécuriser suffisamment de nourriture pour leurs populations, ont augmenté les subventions gouvernementales, constitué des stocks stratégiques et ont mis en place des politiques actives pour sécuriser leur sécurité alimentaire, du fait des contraintes climatiques qui les handicapent dans le développement d'une agriculture locale forte et diversifiée.¹¹

Aujourd'hui et de plus en plus, ces pays procèdent à des investissements lourds et diversifiés en Afrique ou en Asie, et qui peuvent prendre la forme de partenariats technologiques, voire de programmes d'achat de terres.

2-2-1 Les causes de la stratégie de la sécurité alimentaire

La sécurité alimentaire dans les pays du Golfe a pris de l'importance en 2009, lorsque le monde a vu un grand boom des matières premières et une hausse des prix des aliments associée à une restriction accrue de l'exportation par les partenaires commerciaux.

Alors que le coût de l'approvisionnement alimentaire en dehors de la région a augmenté, l'offre locale a baissé et la demande régionale a augmenté.

- **La demande** : 60% des denrées alimentaires du Golfe sont déjà importées. Pendant ce temps, la population du golfe est en augmentation, et entre 2000 et 2030, il est prévu qu'elle double.
- **L'approvisionnement local** : l'eau utilisée pour l'irrigation provient des nappes anciennes et n'est pas renouvelable. Par exemple, l'Arabie Saoudite était un exportateur net de blé dans les années 1980 et 1990, mais ne peut pas soutenir son réseau d'irrigation. En 2060, le désert aura envahi les terres agricoles où le blé était autrefois cultivé.

¹¹<http://www.carnegieendowment.org>

- **Les coûts des importations** : la restriction de l'exportation de produits alimentaires par les principaux partenaires commerciaux a augmenté. Ces derniers sont eux-mêmes préoccupés par leur propre sécurité alimentaire.

2-2-2 La stratégie suivie pas les pays du golf

Les pays du Golfe ont cherché à stimuler la production alimentaire dans les pays qui ont suffisamment d'eau et de terres irrigables pour soutenir la population croissante du Golfe. Les pays qui bénéficient des investissements du Golfe s'étendent du Soudan, du Pakistan et de l'Ethiopie, aux Philippines, au Kazakhstan, à la Thaïlande et à la Tanzanie.

Les pays du Golfe ont généralement acheté des terres dans ces pays et fourni des capitaux pour accroître la production alimentaire en utilisant leurs ressources naturelles.

Section 3 : L'industrie agroalimentaire au Maghreb

Au cours des deux dernières décennies, dans les trois pays du Maghreb central, l'industrie agroalimentaire a connu un développement appréciable. Un taux d'accroissement démographique élevé, combiné à une urbanisation rapide, ainsi qu'une amélioration des revenus plus ou moins importants selon les pays, ont engendré une forte demande en produits alimentaires transformés.

Actuellement l'industrie de transformation des produits agricoles occupe une place importante au sein de l'économie nationale des trois pays et dans leur économie agro-alimentaire.

La consommation alimentaire est assurée de plus en plus par les produits transformés qui contribuent pour une large part à la couverture de la demande en produits de base. En effet, l'expansion du secteur des industries agro-alimentaires s'est plutôt fondée sur le développement rapide de la transformation des produits de large consommation : les céréales, le sucre, les huiles et le lait.

Cette évolution s'explique également par les politiques alimentaires menées par les Etats qui ont privilégié deux instruments de régulation : la subvention des prix à la consommation et les importations des produits de base.

Dans cette section nous allons nous intéresser juste à deux pays : le Maroc et la Tunisie

3-1- l'industrie agroalimentaire au Maroc

Le Maroc est un pays de tradition agricole et rurale, et dispose d'une richesse de pêche importante. Cinquième puissance économique d'Afrique, le Maroc figure également au premier plan en ce qui concerne la production et l'exportation mondiales d'agrumes, d'olives et d'huile d'argan.

3-1-1 l'importance de ce secteur dans l'économie marocain

L'industrie agroalimentaire constitue une filière clé de l'économie marocaine, voici une brève présentation des indicateurs clés¹²

- **Production** : plus de 142 milliards de DH, dont 14% destinée à l'export en 2013.
- **L'emploi** : 137.535 en 2012 contre 94.763 en 2002.
- **CA a l'export** : 22 milliards de dirhams en 2014, soit 11,2% des exportations marocaines et 0,3% de la part de marché mondiale.
- **Les importations** : 24,3Mds DH soit 6,3% des importations totales.
- **Démographie des firmes** : Plus de 2.600 opérateurs (importateurs et exportateurs) en 2014 contre 1.910 en 2007.
- **Spécialisation des firmes** : 30% des exportateurs de la filière sont également des importateurs de produits de l'industrie alimentaire.
- **Principaux marchés** : L'UE représente 51,4% des échanges commerciaux marocains. Les principaux partenaires commerciaux du Maroc sont l'Espagne et la France, lesquels représentent plus de 55% du total des échanges avec l'UE.
- **Investissement et IDE** : Evolution significative de l'Investissement global : 4,5 Mds de DH en 2012 contre 3 Mds de DH en 2000. Et pour les IDE 10,2 Mds de DH d'IDE en 2013 contre 531MDH en 2010.

3-1-2 Production et balance commerciale du secteur agroalimentaire au Maroc

La production et les exportations de l'industrie alimentaire au Maroc ont connu une grande évolution car elles ont doublé sur la période 2000-2013, mais malgré cette évolution la balance commerciale est passée d'un excédent de 3,28 Mds DH entre 2000 et 2005 à un déficit de 2,4 Mds DH en 2014. (Voir tableau N° 10)

¹²Source : office des changes/Département des Statistiques des Echanges Extérieurs/Etude sur l'industrie alimentaire au Maroc/Avril 2015/page 4

Tableau N° 10 : les importations et les exportations du secteur agroalimentaire du Maroc.

Année	2000-2005	2006-2010	2011	2012	2013	2014
Exportation	10,899	15,261	15,876	18,638	20,018	21,916
Importations	7,619	15,349	24,296	25,728	24,311	24,311
Solde	3,28	-0,88	-8,42	-7,09	-4,293	-2,395

Unité : Mds de DH Marocain

Source : office des changes/Département des Statistiques des Echanges Extérieurs/Etude sur l'industrie alimentaire au Maroc/Avril 2015/page 5

3-1-3 Les principaux marchés Marocains des produits agroalimentaires

Les produits alimentaires représentent plus de 10,8% des importations marocaines et 17,3% des exportations (2015).¹³

Sur la période 2008-2014, 12 pays africains ont concentré en moyenne 76,2% des exportations agroalimentaires marocaines vers le continent, avec une prédominance de la Guinée (14%), suivie de la Mauritanie (13,6%), de l'Algérie (8,9%), de la Tunisie (8,5%), du Sénégal (8,3%) et de la Libye (7,5%).

L'analyse des exportations agroalimentaires marocaines par continent, fait ressortir que durant la période 2001-2014, ces exportations ont enregistré une forte croissance annuelle moyenne et ce, pour l'Afrique et l'Asie à hauteur de 15% et de 14% respectivement.

Quant aux exportations vers l'Europe et l'Amérique, leur croissance annuelle moyenne a été modérée à hauteur de 7% et 8% respectivement. Cette donnée a impacté la structure des exportations agroalimentaires marocaines. En effet, les parts de l'Afrique et de l'Asie ont augmenté respectivement de 7% à 15% et de 3% à 7% entre 2001 et 2014, et ce, aux dépens des parts de l'Europe et de l'Amérique qui ont connu une baisse en passant, respectivement, de 82% à 71% et de 8% à 7% sur la même période.

Les exportations alimentaires marocaines (essentiellement poisson, fruits et légumes) ne représentent que 23% de la production, en raison notamment des difficultés à satisfaire les critères de qualité et les exigences sanitaires des pays les plus industrialisés. La plupart des produits exportés par le Maroc sont des produits à faible valeur ajoutée n'ayant subi qu'une simple transformation.

¹³Département des Statistiques des Echanges Extérieurs/Avril 2015/Page 5

Les principaux défis que devra relever le secteur agroalimentaire marocain au cours des prochaines années sont l'augmentation de l'investissement afin de favoriser l'innovation et le développement des technologies, et le développement du capital humain avec, en premier lieu, la lutte contre la prédominance du travail précaire.

3-1-4 Plan et projection de l'état marocain

Les efforts déployés par le Maroc dans l'objectif de développer le secteur agroalimentaire s'inscrivent dans Le Plan Maroc vert et le pacte national pour l'émergence industrielle.

Le Plan Maroc Vert : En avril 2008, le Gouvernement marocain a adopté cette stratégie afin de relancer l'économie du secteur agricole. Cette nouvelle politique a pour finalité la mise en valeur de l'ensemble du potentiel agricole du territoire afin de répondre à quatre objectifs principaux constituant un enjeu important pour l'économie marocaine. Ces objectifs sont :

- l'amélioration des revenus des agriculteurs.
- la garantie de la sécurité alimentaire de 30 millions de marocains.
- la protection des ressources naturelles des différentes régions.
- l'intégration de l'agriculture marocaine au marché national et international.

Grace à ce plan les revenus tirés de l'agriculture devraient doubler d'ici 2025 et la part du secteur dans le PIB devrait dépasser les 15% à l'horizon 2025. Depuis le lancement de ce plan, 36,8 milliards de dirhams ont déjà été investis.

Pacte National pour l'Emergence Industrielle

Afin de soutenir le tissu industriel marocain, l'État a également lancé un plan spécifique nommé Pacte National pour l'Emergence Industrielle. Ce Pacte prévoit d'ici 2020 le développement de huit à dix filières à fort potentiel via la création de plates-formes industrielles agroalimentaires, les agropoles.

-Les exportations dans le secteur agroalimentaire marocain

L'analyse de la structure des exportations des produits agroalimentaires frais montre que trois segments concentrent, en moyenne, 78% des exportations durant la période 2007-2013. Il s'agit des agrumes (31%), des tomates fraîches (27%) et des légumes frais congelés ou en saumure (20%).

Vu le poids et la part importante des agrumes dans les exportations agroalimentaires marocaine nous allons donner une bref présentation des performances et de la compétitivité de cette branche.

-Les performances, Et la compétitivité des filières des agrumes

Pour bien présenté les filières des agrumes nous allons donner un aperçu sur le poids économique et social, sur les enjeux de la chaîne de valeur, et sur les performances et compétitivité à l'export

A- Poids économique et social

Avec une superficie globale de 111.400 ha en 2012/2013, la filière des agrumes constitue la principale source de revenus pour 13.000 producteurs d'agrumes. Cette filière permet de procurer, directement ou indirectement, un total de 21 millions de journées de travail par an (soit près de 90.000 emplois permanents) et des recettes à l'export s'élevant à plus de 2,9 milliards de dirhams en 2013¹⁴.

Il est à signaler que 65% de la superficie totale plantée en agrumes est équipée en système de micro irrigation.

La production annuelle moyenne d'agrumes réalisée au cours des campagnes agricoles 2008-2013, s'est élevée à près de 1,6 million de tonnes, dont plus de 541 milles tonnes destinées à l'exportation (soit près de 34% de la production). Le reste de la production (66%) est destiné à la consommation en frais au niveau du marché intérieur et à la transformation. Particulièrement, la campagne 2013/2014 devrait enregistrer, sous l'impulsion du Plan Maroc Vert, un record de production avec plus de 2,2 millions de tonnes.

Sur le plan économique, les agrumes ont concentré près de 31% des exportations des produits agroalimentaires frais en moyenne sur la période 2007-2013 avec un taux de croissance annuel moyen de 2,1% et ces exportations ont oscillé autour d'une moyenne de 3,1 milliards de dirhams (période 2007-2013).

La production agrumicole provient des périmètres irrigués et les régions de production des agrumes sont Souss-Massa (41% de la production globale), le Gharb (19%), l'Oriental (15%), Tadla (15%), Haouz (8%) et Loukkos (2%). Le conditionnement des agrumes est réalisé au niveau de 48 stations de conditionnement dont 24 au Souss, 20 dans les régions du centre et

¹⁴Direction des Etudes et des Prévisions Financières au Maroc/Performances et compétitivité des exportations des filières phares du secteur agroalimentaire marocain. Page 16

17 dans l'Orient. Ces stations, d'une capacité totale de conditionnement de l'ordre 1.200.000 tonnes ont traité au cours des 5 dernières campagnes (de 2007/2008 à 2011/2012) près de 70% de la production globale.

B- Enjeux de la chaîne de valeur

La filière des agrumes présente plusieurs atouts du fait, notamment, qu'elle bénéficie d'incitations importantes à l'investissement et recèle d'énormes opportunités consistant, en particulier, en l'existence d'accords de libre-échange, de possibilités de diversification du marché, ainsi qu'une pleine expansion du marché domestique.

Bien que d'importants efforts aient été entrepris dans le sens d'un développement soutenu de la production et des exportations des agrumes dans le cadre du Plan Maroc vert la filière se heurte :¹⁵

- au vieillissement des vergers dans certaines régions,
- au faible niveau d'encadrement des petits et moyens producteurs,
- à la faible efficacité d'utilisation de l'eau d'irrigation, notamment, dans le Gharb,
- à la raréfaction des ressources en eau particulièrement dans le Sousse.
- à l'augmentation des coûts des facteurs de production, notamment, l'énergie et les produits phytosanitaires.

En termes de performances à l'export, la filière des agrumes doit faire face à la forte concurrence internationale (l'Espagne, et actuellement l'Égypte et la Turquie) et l'effet retardé qui sera induit par le rajeunissement des vergers. Par ailleurs, l'organisation de la profession gagnerait à être renforcée davantage en termes de coordination en particulier à l'export.

C- Performances et compétitivité à l'export :

L'Espagne, avec près de 29% des exportations mondiales d'agrumes en 2012, domine le marché mondial, devant les États-Unis (8,7%) et la Chine (8,1%). Le Maroc est classé à la huitième position, avec 3,9% des exportations mondiales. À noter que le marché mondial a connu la montée en puissance de certains pays concurrents, notamment la Turquie (7,5% du marché mondial) et l'Égypte (4,1%).

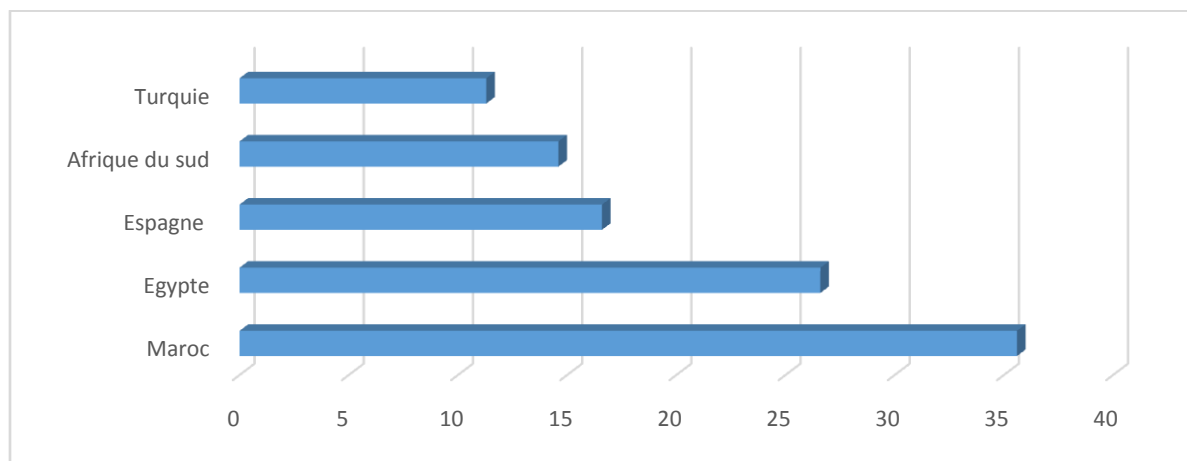
Il est à noter que le Maroc est fortement spécialisé dans la production des agrumes, comme le montre le niveau élevé de l'avantage comparatif de ces produits qui représentent

¹⁵ Idem Page 17

2,5% des exportations globales du Maroc. Par ailleurs, la montée en puissance des pays comme l’Egypte et la Turquie expliquent leur avantage comparatif également élevé.

En effet, la part des agrumes dans les exportations globales de l’Egypte et de la Turquie est de 2% et 1% respectivement. Voir « Figure N° 3 »

Figure N°3 : Avantage comparatif des agrumes pour le Maroc et les principaux pays concurrents en 2012



Source :Direction des Etudes et des Prévisions Financières au Maroc/Performances et compétitivité des exportations des filières phares du secteur agroalimentaire marocain. Page 20

3-2 l'industrie agroalimentaire en Tunisie

Le secteur des Industries Agroalimentaires est l'un des secteurs clé dans l'industrie Tunisienne, et il joue un rôle important dans l'économie du pays. Pour bien le présenter, nous allons donner l'évolution de la production, de la valeur ajoutée, des échanges internationaux, de la démographie des entreprises, et citer les perspectives et les stratégies entreprises par l'Etat tunisien.

3-2-1 Démographie des entreprises dans le secteur de l'IAA

Les entreprises du secteur Agroalimentaire sont constituées, en grande majorité, de petites et moyennes entreprises. Elles sont réparties sur tout le territoire national et se caractérisent par une certaine concentration au niveau du littoral pour des raisons de proximité des grands centres de consommation.

Les capacités installées sont globalement en rapport avec les volumes de la production agricole et la demande des produits alimentaires transformés de première et seconde transformation. Toutefois, des surcapacités ont été enregistrées dans certaines filières, comme les céréales et dérivés, le lait et dérivés et les boissons. Le taux d'utilisation des capacités

varie pour certaines branches en fonction de la fluctuation de la production agricole d'une année à l'autre (en raison des conditions climatiques).¹⁶ 1239 entreprises industrielles évoluent dans le secteur dont 497 d'entre elles sont exportatrice. Le nombre des entreprises a augmenté de 20% de 2012 à 2014 (Voir tableau N° 11)

Tableau N° 11 : Evolution de la démographie des entreprises de l'IAA

Indicateur	2010	2011	2012	2013	2014
Total entreprises du secteur IAA	1165	1139	1020	1198	1239
Total entreprises exportatrices dans le secteur IAA	425	1232	524	492	497

Source : INS Tunisie institut national des statistiques/Répertoire National d'Entreprises/Démographie des entreprises/Evolution des sorties d'entreprises par secteur d'activité

3-2-2 La valeur ajoutée du secteur de l'IAA

La valeur de la production Agroalimentaire, à prix courant, est passée de 9 638 MD en 2010 à 11 795 MD en 2014, enregistrant un taux de croissance annuel moyen de 6%.

Le taux de la valeur ajoutée générée par ce secteur se situe autour de 20% et il est passé de 1795, MD en 2010 à 2222 MD en 2014 soit un taux de croissance de 6% par ans. (Voir tableau N° 12)

Tableau N° 12 : Evolution de la production et de la valeur ajoutée de l'IAA

Indicateur	2010	2011	2012	2013	2014
Evolution de production dans l'IAA	9638	9958	10918	11853	11795
Evolution de la valeur ajoutée de l'IAA	1795	1889	2066	2238	2222

Unité : million de dinars

Source : INS Tunisie institut national des statistiques/répertoire Compte de la nation/ Opérations sur les biens et services/Production par produit au prix courant/Valeurs ajoutées par secteur d'activité aux prix courants

La valeur ajoutée des IAA a enregistré, à partir des années 80 et par rapport à la croissance observée durant les trois précédentes décennies, une croissance plus accélérée. Cela s'explique principalement par :

- 1- l'amélioration du pouvoir d'achat des ménages.
- 2- les changements des habitudes alimentaires qui s'orientent davantage vers la consommation de produits industrialisés.
- 3- l'accroissement des exportations des produits transformés.
- 4- le développement de nouveaux produits de plus en plus élaborés.

¹⁶INS Tunisie institut national des statistiques/Répertoire National d'Entreprises/Démographie des entreprises/Evolution des sorties d'entreprises par secteur d'activité

3-2-3 Les échanges dans le secteur de L'IAA

Les importations du secteur Agroalimentaire sont en hausse, elles ont atteint 4281 millions de dinars tunisien en 2014 contre 3 130 millions de dinars en 2010. Les huiles de graines, le sucre et dérivés et les céréales représentent 76% des importations du pays en 2014.

Les exportations du secteur sont passées de 1 879 millions de dinars en 2010 à 2 297 millions de dinars en 2014, soit une croissance de l'ordre de 20%. (Voir tableau N° 13)

Tableau N° 13 : Evolution des échanges dans le secteur de l'IAA

Indicateur	2010	2011	2012	2013	2014
Importations agricoles et agro-alimentaires	3130	3952	4209	4399	4281
Exportation agricoles et agro-alimentaires	1879	2592	2577	2740	2297

Unité : million de dinars

Source : INS Tunisie institut national des statistiques/répertoire Commerce extérieur/Echanges par groupement sectoriel d'activité/Principaux produits exportés par groupement sectoriel d'activité/Principaux produits importés par groupement sectoriel d'activité

3-2-4 Répartition des exportations des principaux produits alimentaires

Les répartitions des exportations des principaux produits sont illustrées sur le tableau suivant

Tableau N° 14 : Répartition des exportations des produits alimentaires en Tunisie.

Produit	Pourcentage (%)
Huile d'olive	48
Dattes	17
Produit de mer	12
Conserve de fruits/légumes	5
Céréales et divers	10
Autres	8

Source : Agence de promotion de l'industrie et de l'innovation en Tunisie/Les industrie agroalimentaire en Tunisie/Edition 2014, Page 11

Le tableau suivant nous montre que la principale branche exportatrice est celle de l'huile d'olive, vu son importance nous allons la présenter brièvement

A- PRESENTATION DE LA BRANCHE HUILE D'OLIVE

En Tunisie La trituration des olives est assurée par 1 660 huileries. Le parc de trituration a ainsi enregistré une nette croissance en passant de 1 180 unités en 1991 à 1 660 unités en 2013. Il est à noter, également, qu'environ la moitié des huileries sont, aujourd'hui, équipées d'un système continu d'innovation, ce qui constitue une véritable rénovation du parc.¹⁷

¹⁷ Agence de promotion de l'industrie et de l'innovation en Tunisie/Les industrie agroalimentaire en Tunisie/Edition 2014, Page 13

Par ailleurs, la capacité théorique de trituration a connu, également, une évolution remarquable, en passant de 19 250 T/24h en 1993, à 31 745 T/24h en 2013.

L'augmentation de la capacité, qui a engendré une réduction de la durée d'attente des olives, ainsi que la modernisation des équipements, ont permis une amélioration sensible de la qualité moyenne des huiles d'olive, atout essentiel pour l'exportation.

B- Procédé de transformation :

- **Extraction de l'huile :** les unités d'extraction permettent d'obtenir trois types d'huiles non raffinés qui sont huile d'olive vierge, huile de grignon d'olive et huile de graine
- **Raffinage des huiles :** la Tunisie dispose de 13 unités de raffinage d'huile, ayant une capacité globale de 900 tonnes/jour, soit 270.000 tonnes par an. Le taux moyen d'utilisation de cette capacité est de 60%.
- **Le conditionnement des huiles¹⁸ :** Le conditionnement de l'huile d'olive pour la consommation locale et l'exportation, est réalisé dans environ 35 unités, d'une capacité globale de 115.000 tonnes/an. Les emballages utilisés sont la bouteille en verre et le bidon métallique. La contenance de la bouteille est généralement d'un litre et les bidons de 1 à 5 litres, ou en poids sensiblement équivalents libellés en kg ou en mesure anglo-saxonne.

C- Evolution des exportations de l'huile d'olive :

Tableau N° 15 : Evolution des exportations de l'huile d'olive 2008/2012

Année	2008	2009	2010	2011	2012
Quantité (1000 tonnes)	169	142	110	101	160
Valeur (MTND)	759	533	444	431	593

Source : Agence de promotion de l'industrie et de l'innovation en Tunisie/Les industrie agroalimentaire en Tunisie/Edition 2014, Page 15

En 2012, Les exportations de la branche huile d'olive ont atteint un volume de 160 000 tonnes pour une valeur de 593MTND enregistrant, ainsi, une croissance de plus de 40% en termes de quantités et 30% en termes de valeurs, par rapport à 2011.

Nous constatons, à l'examen du tableau précédent, qu'il existe une fluctuation au niveau du volume des exportations d'une année à l'autre. Cette fluctuation est principalement générée par les aléas de la production agricole.

¹⁸Agence de promotion de l'industrie et de l'innovation en Tunisie/Les industrie agroalimentaire en Tunisie/Edition 2014, Page 17

Concernant les marché de la branché 95% des exportations en huile d'olive sont concentrés sur l'Italie et l'Espagne. Le reste, (5%), est réparti sur les USA, la France, la Belgique, la Suisse.

3-2-5 Stratégies et perspective du secteur IAA¹⁹

Compte tenu des potentialités que présente l'Industrie Agroalimentaire en matière de production, d'exportation, de compétitivité et de valeur ajoutée, de nouvelles stratégies de promotion du secteur ont été arrêtées afin de viser quatre axes

- 1- Le renforcement de la qualité et de la sécurité des aliments
- 2- La maîtrise de l'organisation des campagnes de transformation
- 3- L'encouragement de la production et de l'exportation
- 4- La promotion du partenariat, du développement technologique et de la mise en réseau

Cette stratégie permettra selon le ministère de l'Industrie de porter le volume des investissements dans l'IAA à 585 millions de dinars en fin d'année 2016 (contre 385 millions de dinars en 2012) et celui des exportations à 3,4 milliards de dinars, contre un peu plus de 2,5 milliards de dinars en 2012.

Elle cible, encore, l'accroissement du nombre des entreprises, de 1.020 entreprises en 2012 à 1.500 entreprises à l'horizon 2016.

La finalité est d'augmenter, d'ici 2016, les postes d'emplois de 87.000 à 96.000 dans le secteur de l'agroalimentaire.

¹⁹ <http://www.ins.tn>

Conclusion

Enfin nous pouvons conclure que l'importance de l'industrie agroalimentaire a poussé tous les pays du monde à s'intéresser à ce secteur et cela dans le but de répandre à la fois, aux objectifs de croissance économique globale, et de sécurité alimentaire des populations.

La concurrence qu'a connu ce secteur a obligé les pays à développer leur technique de production et d'innovation afin de valoriser au mieux les produits de l'agriculture, et de répondre aux normes faites ainsi face à la compétitivité sur le marché international.

Les échanges internationaux de ce secteur sont dominés par les USA suivis par certains pays développés de l'Europe « Pays-Bas, France ». La montée des pays émergents dans le marché mondial constitue le grand changement intervenu ces dernières années.

Chapitre II

Les exportations du secteur agroalimentaire en Algérie

Chapitre II : les exportations du secteur agroalimentaire en Algérie

Introduction

Le secteur de l'industrie agroalimentaire en Algérie constitue un élément important du tissu industriel national et cela à travers le rôle important qu'il joue dans l'économie du pays, ainsi, que sa contribution d'une façon efficace et durable à l'amélioration du PIB (produit intérieur brut) et à la résorption du chômage en pleine expansion.

Pour bien cerner ce chapitre nous pensons qu'il est primordial d'identifier dans une première section, l'importance du secteur agroalimentaire en Algérie, la deuxième section sera consacrée aux différentes filières exportatrices dans l'agroalimentaire en Algérie ainsi que les décisions prises par l'Etat pour promouvoir ce secteur. La troisième section est consacrée aux facteurs empêchant le développement des exportations des produits agroalimentaires.

Section 1 : Importance de l'industrie agroalimentaire en Algérie

L'importance de l'industrie agroalimentaire apparaît dans sa contribution à la formation de la valeur ajoutée, dans la création de l'emploi, et dans les échanges commerciaux. Afin de bien présenter cette section nous allons suivre la contribution de ce secteur dans les trois indicateurs.

1-1 La part des IAA dans la production brute et la formation de la Valeur ajoutée

En termes de richesses nationales, les IAA contribuent à la formation du produit intérieur brut par la valeur ajoutée qu'elles dégagent.

1-1-1 Evolution de la valeur ajoutée de l'industrie agroalimentaire en Algérie

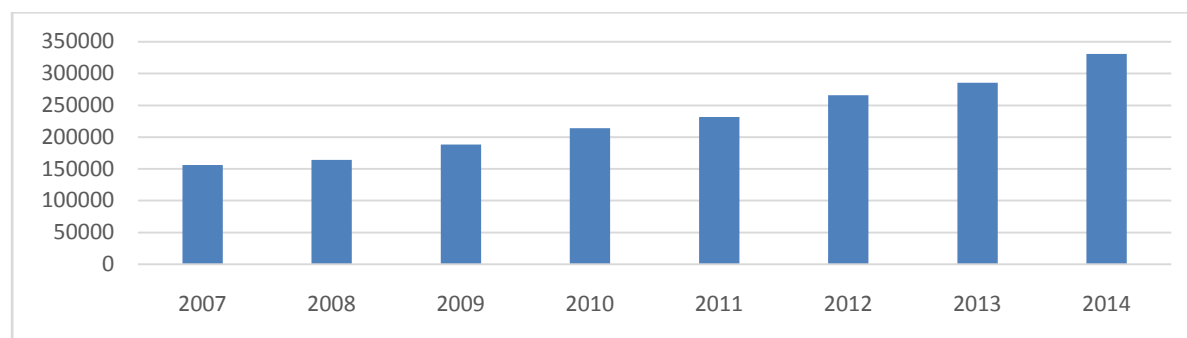
Le tableau suivant montre l'évolution de la valeur ajoutée de l'industrie agroalimentaire en Algérie de 2007 à 2014

Tableau N° 16 : Evolution de la valeur ajoutée de l'industrie agroalimentaire en Algérie de 2007 à 2015

Année	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Valeur ajoutée IAA	156083	164314	188482	214132	231846	266137	285480	330696

Source : Etablie par nous-mêmes à partir des données de l'ONS/ les comptes économiques 2000 à 2014 N° 709 p 10 à 17

Unité : En millions de DA

Figure N° 4 : Evolution de la valeur ajoutée de l'industrie agroalimentaire en Algérie de 2007 à 2015

Nous constatons d'après les données du tableau et de la figure ci-dessus une croissance continue de la valeur ajoutée de l'IAA passant de 156083 million de DA en 2007 à 330696 millions DA en 2014.

Avant de présenter les chiffres de la valeur ajoutée et de la production brute par secteur d'activité nous allons donner l'évolution de la répartition en (%) par secteur Juridique de la valeur ajoutée du secteur Industries Agroalimentaires « voir tableau N°17».

Tableau N° 17 : répartition (%) par secteur Juridique de la VA du secteur Industries Agroalimentaires.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Public	15,2	14,8	13,7	12,9	13,8	12,7	12,7	12,6
Privé	84,8	85,2	86,3	87,1	86,2	87,3	87,3	87,4
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Source : www.ons.dz / les comptes économiques 2000 à 2014 N° 709 page 30

Le tableau N° 17 montre que la valeur ajoutée réalisée par le secteur IAA est nettement dominée par le secteur privé « 87,4 % pour le privé contre 12,6 % pour le public en 2014 ». Cette situation est le résultat des réformes de libéralisation entreprises depuis le milieu des années 1990, qui ont modifié les structures de l'offre à travers une reconfiguration du tissu industriel en faveur du secteur privé.

1-1-2 La part des IAA dans la production brute

Afin de montrer le rôle et le poids de l'industrie agroalimentaire en Algérie dans l'activité économique nous allons comparer la production brute et la VA de ce dernier aux autres Secteurs d'activité ainsi la participation de chaque secteur juridique. « Voir Tableau N°18 »

Tableau N° 18 : Les réalisations en production brute et en valeur ajoutée pour les différentes industries hors hydrocarbures en 2014

		Production Brute		Valeur Ajoutée	
		Valeur M DA	(%)	valeur M DA	(%)
Eau et énergie	Public	272837	12,3%	136863	16,4%
	Privé	0		0	
	Total	272837		136863	
Mine et carrière	Public	39983	2,0%	21119	2,8%
	Privé	3728		1980	
	Total	43711		23099	
I.S.M.M.E.E	Public	327173	15,5%	102713	13,2%
	Privé	16531		8158	
	Total	343704		110871	
Matériaux de construction	Public	72800	6,6%	41435	10,5%
	Privé	74482		46789	
	Total	147282		88224	
Chimie, caoutchouc, plastique	Public	34991	8,2%	14268	7,8%
	Privé	147450		51161	
	Total	182441		65429	
Agroalimentaire	Public	172843	48,7%	41715	39,5%
	Privé	906475		288981	
	Total	1079318		330696	
Textile confection	Public	3603	2,1%	1780	1,8%
	Privé	42056		13012	
	Total	45659		14792	
Cuire et chaussures	Public	1076	0,3%	310	0,3%
	Privé	5686		2555	
	Total	6762		2865	
Bois, liège, papiers	Public	22766	1,9%	10458	2,4%
	Privé	18823		9235	
	Total	41589		19693	
Industrie diverse	Public	48483	2,4%	42176	5,3%
	Privé	3944		2256	
	Total	52427		44432	
Total	Public	996555	100%	412837	100%
	Privé	1219175		424127	
	Total	2215730		836964	

Source : www.ons.dz / les comptes économiques 2000 à 2014 N° 709 page 17

Unité : Million de DA

Le tableau N° 18 montre que le secteur de l'industrie agroalimentaire est le premier secteur en termes de production brute dans l'industrie de transformation hors hydrocarbure, avec une contribution de 48,7 % du total des différentes industries.

1-1-3 Création de la valeur ajoutée

Dans l'ensemble des industries de transformation hors hydrocarbure, les données du tableau N°18 montrent qu'en 2014, les IAA représentent 39,5 % de la somme des valeurs ajoutées. Cette part place les IAA en première position en termes de valeur ajoutée, ce qui confirme une autre fois l'importance de ce secteur sachant que la structure de la valeur ajoutée est l'un des meilleurs critères permettant de situer l'importance de chaque secteur d'activité.

1-2 Créations d'emplois

La population occupée est estimée en 2015 à 10 594 000 personnes, soit un taux d'occupation de 26,4%. Les femmes constituent un volume de 1 934 000 occupées, formant ainsi 18,3% de la population occupée totale, Le tableau ci-après montre que l'agriculture et l'industrie emploient respectivement 9,5 % et 12,6% de la main d'œuvre totale.

Tableau N° 19 : Répartition de la population occupée selon les secteurs d'activité et le sexe.

Secteur d'activité	Population occupée Année 2015			
	Masculin	Féminin	Total	En %
Agriculture	865	52	917	8,7
Industrie	1028	349	1377	13
B.T.P	1741	35	1776	16,8
Commerce-Service	5026	1498	6524	61,6
Total	8660	1934	10594	100

Source : [www.ons.dz/activité, emploi et chômage en septembre 2015](http://www.ons.dz/activité,emploi_et_chômage_en_septembre_2015) N° 726 page 4

Unité : en milliers

Le tableau N° 19 nous montre que la population occupée est concentré dans le secteur du commerce et service, et que l'industrie occupe la troisième place en termes d'emploi avec 12,6 % du total de la population occupée.

Le secteur de l'industrie est composé de plusieurs activités, le tableau suivant nous montre les parts de l'emploi par chaque activité en 2012.

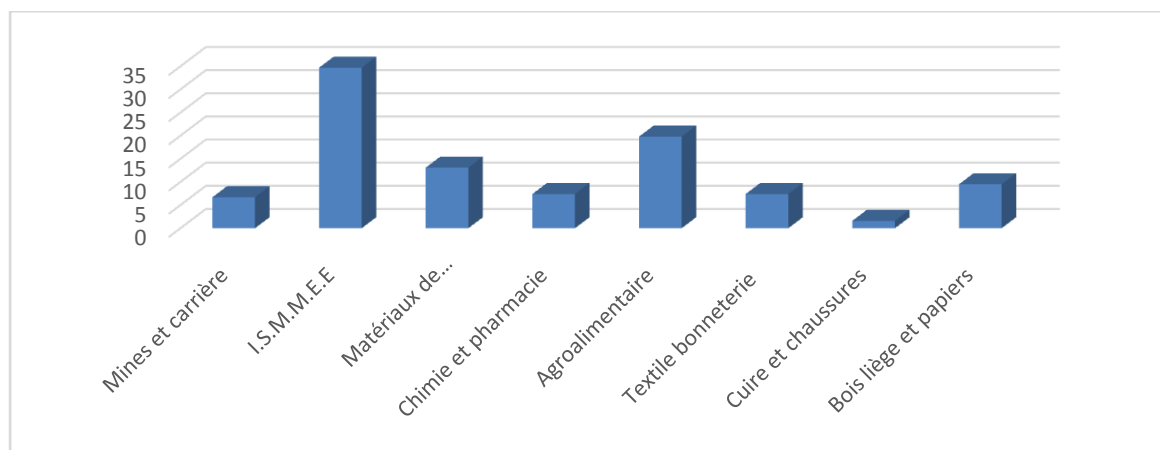
Tableau N° 20 : les parts de l'emploi pour les différentes activités industrielles hors hydrocarbure :

Intitule et Agrégation	2012	
	Emploi	En %
Mines et carrière	6687	6,7
I.S.M.M.E.E	34825	34,7
Matériaux de construction	13135	13,1
Chimie et pharmacie	7461	7,4
Agroalimentaire	19854	19,8
Textile bonneterie	7421	7,4
Cuire et chaussures	1590	1,6
Bois liège et papiers	9506	9,5
Total	100479	100

Source : www.ons.dz/ Collections Statistiques N° 180/2013 « L'ACTIVITE INDUSTRIELLE ANNEE 2012 » page 24

Unité : emplois

Figure N° 05 : représentation graphique des parts de l'emploi pour les différentes activités industrielles hors hydrocarbure



L'industrie agroalimentaire occupé la deuxième partie en termes de création de l'emploi dans le secteur de l'industrie hors hydrocarbure avec 19,8 % du total de l'emploi après Les industries sidérurgiques, métalliques, mécaniques, électriques et électroniques « ISMMEE » qui compte 34,7 % du total enregistré.

1-3 Les échanges commerciaux dans le secteur agroalimentaire algérien

Le secteur agroalimentaire en Algérie est un secteur déficitaire vu la dominance des importations dans les échanges extérieurs de ses produits. Le tableau suivant nous montre les échanges des produits alimentaires et boisson pour les années 2013 et 2014

Tableau N° 21 : Echanges extérieurs des aliments et boisson 2013/2014

Libellés	Importation		Exportation	
	2013	2014	2013	2014
Alimentation, boissons	9 580	11 005	402	323

Source : Etablie par nous-même à partir des données du site www.ons.dz/ évolutions des échanges extérieurs de marchandises de 2004 à 2014/collection statistiques N° 194/2015

Unité : En millions de dollars US

D'après le tableau il est clair que les importations des produits alimentaires et boissons dépassent largement les exportations créant ainsi un important déficit de « 9178 »millions de dollars US pour l'année 2013 et un déficit de « 10682 »millions de dollars US pour l'année 2014.

1-3-1 La contribution au développement des exportations

L'Algérie est un pays mono exportateur qui compte sur les hydrocarbures pour réaliser plus de 95% de son chiffre d'affaire à l'export. La part des exportations agroalimentaires sont négligeables même si elle commence, ces dernières années, d'enregistrer quelques améliorations. En 2014 cette part a quadruplé par rapport à 2004. En valeur, le total des exportations effectuées est passé de 3409 millions de dollars US en 2004 à 21 751 millions de dollars US en 2014. « Voir Tableau N° 12 »

Tableau N° 22 : Evolution des exportations de marchandises selon le secteur d'activité.

Libelles	2004		2014	
	Valeur	En %	Valeur	En %
Agriculture, pêche, chasse	2 600	0,1%	4 571	0,1%
Eau et énergies	0	0,0%	0	0,0%
Hydrocarbure	2 276 827	97,4%	4 709 622	95,8%
Mines et carrières	2 010	0,1%	7 886	0,2%
ISMMEE	15 427	0,7%	3 436	0,1%
Matériaux de construction	74	0,0%	1 656	0,0%
Bâtiments et travaux publique	0	0,0%	0	0,0%
Chimie, Caoutchouc, plastique	34 153	1,5%	164 157	3,3%
Industrie agroalimentaire	3 409	0,1%	21 751	0,4%
Industrie textile	326	0,0%	53	0,0%
Industrie cuir et chaussures	1009	0,0%	2 286	0,0%
Industrie bois liège papiers	1563	0,1%	2 072	0,0%
Industrie divers	50	0,0%	103	0,0%
Total	2337448	100	4 917 593	100

Source : www.ons.dz/ évolutions des échanges extérieurs de marchandises de 2004 à 2014/collection statistiques N° 194/2015 Page 96 Tableau N 45

Unité : En millions de DA

Le tableau N° 22 montre la faiblesse et la négligence des exportations hors hydrocarbure de l'Algérie qui représente moins de 5 % du total des exportations. L'industrie agroalimentaire prend la deuxième place dans les exportations hors hydrocarbures avec une part marginal de 0,4 % après l'industrie chimique, caoutchouc et plastique qui réalise 3,3 % du total des exportations.

1-3-2 Les importations dans le secteur agroalimentaire en Algérie

L'Algérie est aujourd'hui le premier importateur africain de denrées alimentaires, avec 75% de ses besoins assurés par les importations. L'insuffisance de la production agricole algérienne, couplée à une demande massive et croissante de produits agroalimentaires, fait de l'Algérie un pays structurellement importateur. Le tableau suivant montre l'évolution des importations des produits alimentaires et boisson entre 2010 et 2014

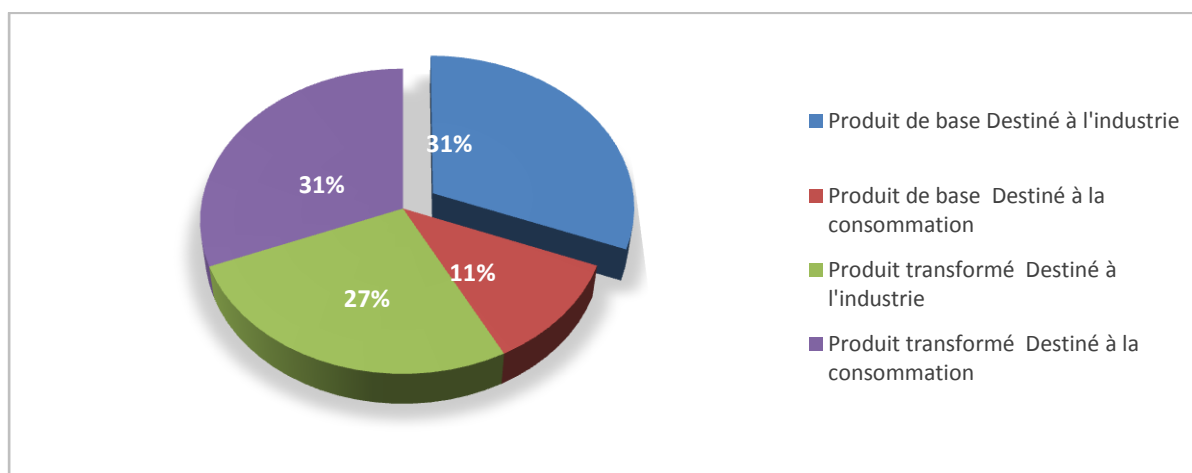
Tableau N° 23 : Evolution des importations des produits alimentaire et boisson 2010/2014

	2010	2011	2012	2013	2014
Produit de base	157488	309090	267553	291920	319316
Destiné à l'industrie	120285	257282	204244	223750	233471
Destiné à la consommation	37203	51808	63309	68170	85845
Produit transformé	235036	400471	353505	365013	434869
Destiné à l'industrie	119352	220217	188759	187867	200681
Destiné à la consommation	115684	180254	164746	177146	234188
Total produits alimentaire et boisson	392524	709561	621058	656933	754185

Source : www.ons.dz/ évolutions des échanges extérieurs de marchandises de 2004 à 2014/collection statistiques N° 194/2015 P 20 Tableau N 8

Unité : En Millions de DA

Figure N° 06 : Evolution des importations des produits alimentaire et boisson 2010/2014



Représentation graphique des données du tableau N°23 pour l'année 2014

Grace aux données du tableau N° 23 et au graphe nous constatons que 42% des importations alimentaires et boisson sont destinées à la consommation, et que 58% des importations sont destinées à l'industrie avec 31% pour les produits de base et 27% pour les produits transformé.

Ces chiffres nous montrent la dépendance de l'industrie agroalimentaire algérienne en matières premières « produit de base »

Section 2 : les exportations des différentes filières agroalimentaires

En dépit des potentialités existantes et des efforts de l'Etat pour lancer l'industrie agroalimentaire, l'Algérie peine toujours à se développer dans ce domaine. Le pays compte 5000 entreprises activant dans cette branche, dont seulement 162 exportatrices.

La filière agroalimentaire demeure pénalisée par un certain nombre de difficultés liées essentiellement à l'assistance technique et la modernisation des équipements. Toutefois, les choses commencent, petit à petit à bouger et à s'améliorer.

Les exportations algériennes de produits agricoles et agroalimentaires se sont chiffrées à 321,2 millions de dollars en 2014 pour une quantité de plus de 563.200 tonnes. Le tableau suivant montre les principaux produits agroalimentaires exportés ainsi que les quantités :

Tableau N° 24 : les principaux produits agroalimentaires exportés.

Produit	Valeur en Millions de \$	Quantité en milliers de tonnes
Sucre	228,6	476,5
Dattes	39,7	25,6
Eau minérale et Gazéifier	16,8	26,0
Beurre de cacao	7,9	1,4
Caroube et grain de caroube	6,6	7,2
Pates alimentaire	5,9	8,0
Yoghourt	3,8	3,0
Crevettes	2,8	0,2
Poulpe et Pieuvre	2,9	1,2
Oignons et échalotes	1,9	3,1
Couscous	1,9	1,9
Mélasse	1,4	7,1
Jus et mélanges de jus	1,1	2,1
Total	321,2	563,2

Source : <http://www.andi.dz/> Principaux produits exportés par l'Algérie/Exportation hors hydrocarbures par groupes d'utilisation année 2014 /exportations hors hydrocarbure par groupe d'utilisation année 2014 PRO

Les exportations des produits alimentaires représentent que 11,5% des exportations hors hydrocarbures, cette réalisation est négligeable et insuffisante pour faire face à la dépendance aux hydrocarbures.

Afin de remédier à cette dépendance plusieurs dispositifs d'aide et de soutien aux exportations hors hydrocarbure ont été instaurés par l'Etat algérien

2-1 Les dispositifs d'aide et de soutien aux exportations hors hydrocarbures

Afin de soutenir les entreprises dans leur processus d'exportation, l'Etat a mis en place une série de dispositifs tel que : la CAGEX, ALGEX, FSPE, ANEXAL, qui fournissent des supports, conseils et aides pour réduire le risque de prospection à l'étranger.

2-1-1 Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur « ALGEX »

S'inscrivant dans une politique d'expansion des échanges commerciaux et d'intégration mondiale, la création de l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX), par le Décret exécutif n°04-174 du 12 juin 2004¹, est venue pour apporter support aux exportation hors hydrocarbures, est chargée de contribuer aux efforts de promotion du produit algérien et de diversification des exportation à travers ses différentes missions qui se résument comme suit

- Participation à la définition de la stratégie de promotion du commerce extérieur et de sa mise en œuvre après son adoption par les instances concernées.
- Gestion des instruments de promotion des exportations hors hydrocarbure au bénéfice des exportateurs.
- Analyse des marchés mondiaux et la réalisation d'études prospectives globales et sectorielles sur les marchés extérieurs.

2-1-2 Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportation « CAGEX »

Pour se couvrir contre les risques, notamment le risque commercial, politique, de non transfert et le risque catastrophe, l'Algérie a pris des dispositions réglementaires afin de créer la CAGEX (Compagnie Algérienne d' Assurance et Garantie des exportations), par le décret exécutif n° 96-205 du 05 juin 1996². La CAGEX est une société par actions dotée d'un capital social de 450.000.000 DA, réparti à parts égales entre les actionnaires (Banques et Assurance).³

¹ Loi n°04-174 du juin 2004

² Loi n°96-205 du 05 juin 1996.

³<http://www.cagex.dz/prsentation>

Le rôle de la CAGEX est de gérer le système d'assurance des exportations et veiller à libérer ses clients de toutes les contraintes et les risques encourus par :

- La garantie du risque crédit.
- La garantie des risques de non rapatriement du matériel exposé à l'étranger.

Les taux des primes sont fixés par la CAGEX pour le risque assuré pour son propre compte. Le risque commercial est indemnisé à concurrence de 80% de leur montant, le risque politique à 90% et 60% du risque de non rapatriement des matériels exposés à l'étranger.

Par contre, pour les risques assurés pour le compte de l'Etat, les taux sont fixés par la commission d'assurance et de garantie des exportations ou le ministère des finances.

La CAGEX offre quatre polices d'assurances :

- **La police crédit acheteur** : elle garantit tous les contrats d'exportation payable avec un crédit acheteur. La CAGEX délivre une double garantie ; une garantie à la banque au titre de risque de crédit et une garantie à l'exportateur au titre de risque de fabrication.
- **La police globale** : elle couvre l'ensemble des ventes des biens de consommation et d'équipement, ou prestations de services dans une durée ne dépasse pas six mois. C'est une police annuelle et renouvelable par tacite reconduction. Son principe de globalité signifie la garantie de la totalité de la créance.
- **La police individuelle** : elle couvre les risques de crédit ainsi que les risques 'interruption de marchés ou de fabrication liés aux opérations d'exportations des biens d'équipements et prestations de services pour une durée supérieure à un an.
- **La police prospection, foires et exposition** : cette police couvre les risques de non amortissement des dépenses engagées par l'entreprises suite à l'action de prospection ou de la participation aux foires.

2-1-3 La société Algérienne des Foires et Exportations « 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 Nationale des Foires et Exportations, créée en 1971⁴. Cette société a pour mission :

- Organisation des foires, salons spécialisés et expositions à caractère national, international, local et régional.

⁴<http://www.safex.dz/fr/qui-sommes-nous.html>

- Organisation de la participation algérienne aux foires et expositions à l'étranger
- Assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international, concernant :
 - L'information sur la réglementation du commerce international.
 - Les opportunités d'affaires avec l'étranger.
 - La mise en relation d'affaires.
 - Les procédures à l'exportation.
 - L'édition de revues économiques et catalogues commerciaux.
 - Organisation de rencontres professionnelles, séminaires et conférences.
 - Gestion et exploitation des infrastructures du Palais des expositions.

2-1-4 Le Fonds Spécial de Promotion des Exportations

Institué par la Loi de finances pour 1996, le Fonds Spécial Pour la Promotion des Exportations (FSPE) est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans les actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs⁵.

Le FSPE prend en charge le remboursement des dépenses suivantes

- **les titres de la participation aux foires et expositions à l'étranger** : le taux de remboursement varie entre 35 % dans le cas d'une participation individuelle et 65% dans le cas d'une participation aux foires inscrites au programme officiel
- **les frais de transport à l'exportation** : le remboursement d'une partie des coûts de transit, manutention, et transport intérieur et international à un taux uniforme de 25% pour toutes les destinations et tous les produits. Un taux de couverture préférentiel (de 80%) est accordé aux opérations d'exportation des dattes et ce pour toutes destinations avec octroi d'une prime de valorisation de 5DA/kg pour l'exportation de la datte conditionnée en raviols de 1kg et moins, à l'exception des dattes en branchettes. Les déchets, les produits de récupération ainsi que des peaux brutes, préparées ou semi-finies ne sont pas éligibles à l'aide de l'Etat en matière de transport et de toute marchandise exportée dans le cadre d'un accord intergouvernemental de remboursement de la dette.

⁵<http://www.mincommerce.gov.dz>

2-1-5 Le Fonds National de Régulation et Développement Agricole « FNRDA »

Institué par la Loi de finances pour 2000, le Fonds National de Régulation et de Développement Agricole (FNRDA), est destiné à apporter un soutien financier à tout exportateur intervenant dans le domaine de l'exportation de dattes.⁶

Le soutien accordé par le FNRDA concerne

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

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

2-1-6 Association Nationale des Exportateurs Algériens « ANEXAL »

Crée le 10 juin 2001, l'ANEXAL est une association régie par la loi n°90/31 du 24 décembre 1990 ainsi que par ses statuts particuliers.⁷

Les objectifs de l'ANEXAL sont

- Rassembler et fédérer les exportateurs algériens.
- Défendre leurs intérêts matériels et moraux.
- Participer à la définition d'une stratégie de promotion des exportations.
- Promouvoir la recherche du partenariat à travers les réseaux d'informations.
- Organiser et participer aux salons spécifiques et manifestations économiques en Algérie et à l'étranger

Les activités de l'ANEXAL

Elles sont nombreuses et multiformes, les principales sont⁸

⁶Direction de la Promotion des Exportations, 10 Mars 2007

⁷Loi N° 90/31 du 24 décembre 1990

- Collecte d'informations économiques auprès des Chambres de Commerce, d'ALGEX (ex PROMEX), du CNIS, de l'ONS, des banques, des représentations commerciales des ambassades, etc....
- Diffusion d'informations utiles (opportunités d'affaires, lois, décrets, circulaires, d'applications, accords bilatéraux, etc.....) à l'ensemble des adhérents et opérateurs économiques.
- Participation aux rencontres, journées d'études, réunions de coordination et de travail organisées par les institutions et organismes publics, les auxiliaires à l'exportation ainsi que les organismes internationaux.

Signature de protocoles de partenariats

➤ Au Plan National, avec :

- L'Agence National de Développement de la PME (ANDPME).
- L'Agence de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) dans le cadre de la mise en œuvre du programme de renforcement des capacités exportatrices ou potentiellement exportatrices des entreprises algériennes (PRCC Algérie).

➤ Au plan International, avec :

- Nord-Africain Entreprise Développement (NAED) qui est un programme d'appui initié et géré par la Société Financière Internationale (S F I) filiale du groupe banque mondiale.
- Association Marocaine des exportateurs (ASMEX).

2-1-7 Le couloir vert

De caractère virtuel, il a été créé en septembre 2006 et il concerne l'exportation de dattes, et consiste en l'assouplissement du passage en douane de la marchandise, qui subit uniquement un contrôle documentaire ce qui se traduit par une fluidité générant une réduction considérable des délais d'expédition. Cette procédure doit être étendue à terme aux autres exportations de produits périssables : produit agricoles frais et produits de la pêche.

2-1-8 Le programme OPTIMEXPORT

Il s'agit d'un programme d'accompagnement pilote au service de la relance et de la diversification des exportations hors hydrocarbures algériennes.

⁸ <http://exportateur-algerie.org/presentation-anexal>

Renforcer les capacités d'exportation des PME Algériennes, tel est le défi que s'est lancé en Mai 2007, l'équipe d'OPTIMEXPORT⁹. Les objectifs en créant ce programme sont le renforcement des capacités exportatrices des PME algériennes hors hydrocarbures au moyen de la mise en œuvre d'un planning structuré d'actions coordonnées dans les principaux volets liés au développement international des entreprises :

- Renforcer la formation et la professionnalisation aux techniques du commerce international
- Développer l'offre de l'information à l'international
- Accompagner les entreprises algériennes à la conquête des marchés étrangers.

Ajouté à tous ces dispositifs plusieurs accords préférentiels ont été conclus par notre pays, et qui constituent un véritable levier pour le développement des exportations hors hydrocarbures, mais malheureusement aujourd'hui ils ne sont pas suffisamment exploités par les exportateurs.

Les principaux accords sont :

A- L'accords d'Association avec l'Union Européenne

En application depuis le 1^{er} Septembre 2005. L'Union Européenne reste en effet le principal client avec 2/3 des exportations hors hydrocarbures¹⁰. Cependant, le niveau des exportations reste très faible, toutes les opportunités offertes par l'Accords d'Association ne sont pas exploités. Les contingents accordés bien que dérisoires ne sont même pas consommés à 10%, de même que des exonérations totales de droits de douanes sans limitation de quantité ne sont pas utilisées.

Cette persistance de la faiblesse des exportations peut être expliquée, outre par le manque d'exploitation des opportunités offertes dans l'Accords d'Association, par la nature du marché européen très concurrentiel et par les conditions tarifaires imposées par l'Union Européenne auxquelles il est nécessaire de s'adapter, notamment les normes.

B- Le bénéfice du système Généralisé de préférence accordé par les Etats-Unis depuis l'année 2004

Ce système offre des opportunités aux produits algériens (3000 produits) agricoles¹¹, agroalimentaire et artisanaux ainsi qu'aux produits industriels qui ont un taux d'intégration national évident, pour pouvoir bénéficier d'avantages tarifaires préférentiels.

⁹BEZTOUH Djaber/ Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : quelles contraintes et quelles stratégies pour leur développement. P. 11

¹⁰ COMMUNICATION DE Monsieur Mohamed BENNINI Directeur Général d'ALGEX « RENCONTRE AVEC LES EXPORTATEURS » Lundi 12 Novembre 2007 p. 5

¹¹ Idem p. 6

C- L'Accords bilatéral Algéro-jordanien en vigueur depuis 2000

Cet accord prévoit une exonération totale de droits de douanes à l'exportation et à l'importation sauf pour une liste négative de produits.

2-2 Compétitivité de l'industrie agroalimentaire et création de technopole

L'un des problèmes majeur que rencontre l'industrie agroalimentaire en Algérie est le manque de compétitivité qui est due à L'absence d'un climat institutionnel favorable à l'amélioration de la productivité et de la qualité et manque d'équipement et de savoir-faire dans ce secteur.

Afin de bien appréhendé ce point nous allons donner quelque définition :

2-2-1 La compétitivité : concepts et déterminants

La compétitivité d'une filière donnée se définit comme la capacité de celle-ci à présenter une offre concurrente de manière durable. Elle est définie comme la capacité des agents d'une filière à réduire les coûts unitaires pour s'adapter à la concurrence et anticiper ses effets. Au sens strict, elle correspond à une capacité de maintenir ou de gagner des parts de marché.¹²

Plusieurs facteurs peuvent influencer la compétitivité d'une filière. L'existence d'un climat institutionnel favorable à l'amélioration de la productivité et de la qualité, les innovations apportées, tant sur le plan organisationnel que sur le plan des formes matérielles de l'échange des produits et des informations, sont considérés comme des facteurs encouragent la compétitivité d'une filière.

La notion du coût de production ne peut déterminer à elle seul la compétitivité. D'autres facteurs, dont la qualité, sont importants pour une bonne évaluation. Ainsi, on distingue deux types de compétitivité, la première est lié aux coûts et aux prix appelé compétitivité-prix et la deuxième est lié à la qualité appelé compétitivité-hors prix.

Deuxième industrie du pays après les hydrocarbures, l'activité agroalimentaire est à 95% dominée par le secteur privé. Les IAA réalisent 40% du chiffre d'affaires de l'industrie nationale, 2% du PIB national et 50% dans le PIB industriel, et emploient 40% de la population active industrielle.

Un écart est constaté entre le volume de la production agricole, et les performances de l'industrie de transformation qui restent très faibles par rapport aux potentialités réelles,

¹²Compétitivité de la filière huile d'olive en Algérie : cas de la wilaya de Bejaia/ Les cahiers du CREAD n°105/106-2013 p. 91

faiblement exploitées, notamment en ce qui concerne le public. Le constat ressort que le secteur des IAA exprime une forte demande d'équipements et de savoir-faire dans le créneau de la transformation et de la conservation.

2-2-2 Création de technopole

Afin de remédier à ces difficultés auxquelles se heurte la filière agroalimentaire en Algérie, et pour faire de cette dernière une locomotive du développement agricole, un plan de relance sera mis en œuvre dans le cadre du Plan National d'Appui aux Industries Agroalimentaires (PNDIAA). Ce dernier préconise la création de quatre technopôles agroalimentaires dans les Wilayas de Blida, Mostaganem, Adrar, Sétif.

Avant de définir la technopole et de donner les conditions de sa réussite ainsi que ses avantages nous allons déterminer ses principaux objectifs qui sont¹³ :

- L'accroissement sensible de la contribution des industries agroalimentaires au PIB.
- Densifier le tissu des industries agroalimentaires : avec objectif de création de nouvelles entreprises au sein de technopôles, et de nouveaux postes d'emplois
- Intégration de la production nationale et substitution aux importations : les technopôles agroalimentaires en facilitant l'interfaçage « agriculture industrie commerce » auront pour rôle de trouver l'ajustement optimal entre la production de matières premières assurées par le secteur agricole et les exigences des consommateurs en termes de caractéristiques et de prix des produits.
- Procurer un environnement administratif propice et faire face aux lourdeurs administratives en intégrant les collectivités locales comme un acteur important du technopôle.
- Renforcer les compétences managériales et qualifier les ressources humaines : Cet objectif peut être concrétisé grâce aux technopôles qui favorisent la collaboration entre les entreprises et les universités.
- Par la création de technopôles agroalimentaires, l'Algérie espère aussi renforcer le rôle des universités et des centres de recherche dans l'appui à l'innovation dans le secteur agroalimentaire, et inciter le transfert des connaissances à travers la collaboration entre entreprises, ce qui constitue un facteur de développement et de compétitivité.
- Certifier les entreprises des industries agroalimentaires « ISO 22000 » et multiplier les exportations.

¹³TOUARI Sihem/Technopoles Agroalimentaires en Algérie –Perspectives et Défis p. 10

A- définition de technopôles :

Plusieurs définitions sont disponibles au sujet de ces technopôles, et la plus appropriée à notre domaine est celle qui la définit comme étant un réseau d'entreprises et d'institutions proches géographiquement et interdépendantes, liées par des métiers, des technologies et des savoir-faire communs.¹⁴

Le technopôle a une influence positive sur l'innovation et la compétitivité, les compétences des travailleurs, l'information et la dynamique entrepreneuriale sur le long terme.

B- Les conditions de réussite des technopôles :

Le secret de la réussite des technopôles réside dans l'intégration des activités sociétales, économiques et technologiques, qui est synonyme de technopôles offrant les meilleures conditions initiales et une complémentarité entre le local et le global.

Les dotations initiales regroupent l'ensemble des infrastructures nécessaires à l'activité économique et à l'innovation (banques, universités...etc.), mais de plus en plus l'attention est portée sur les facteurs intangibles tels que la qualité de vie, un système de formation développé, la production et la diffusion d'informations et enfin la qualité de la gouvernance.

L'idée est de valoriser les opportunités économiques des technopôles dans l'environnement international, condition essentielle à la dynamique de l'innovation locale.

Dans certains cas, l'innovation rencontre des résistances structurelles liées notamment aux faiblesses des systèmes nationaux d'innovation, comme c'est le cas des pays du Maghreb. Les efforts à faire par ces pays en matière de formation et de valorisation des compétences locales sont considérables.¹⁵

L'expérience montre que la clé du succès d'un technopôle réside dans le fait d'atteindre une masse critique suffisante d'entreprises du secteur intéressé par cette initiative et à bénéficier de la coopération d'autres secteurs de soutien (administration, universités, centres technologiques, etc.)

Les efforts de création de technopôles dans le monde entier illustrent l'importance d'identifier des modèles de développement structuré, des approches de gouvernance, ainsi que des orientations stratégiques concernant la gestion des dualités culturelles et institutionnelles liées aux partenariats privés/publics, à la collaboration recherche/industrie, à la coopération interministérielle et à l'orientation régionale/internationale.

¹⁴TOUARI Sihem, Op.cit. p 6

¹⁵TOUARI Sihem, Op.cit. P 9

C- Les avantages procurés par les technopôles

Trois éléments principaux peuvent être avancés pour justifier l'avantage procuré par les technopôles¹⁶

- **Les gains de productivité** : l'accès à des intrants de meilleure qualité et des prix plus faibles et à des facteurs de production plus adaptés permet de réaliser des gains de production. La réduction des coûts de transaction au sein des technopôles et la pratiques d'achat groupés diminuent les prix des intrants. Les mécanismes de marché sont facilités par la communauté d'intérêts, la confiance qui règne au sein des technopôles, la complémentarité entre entreprises permet des économies d'échelle. Des facteurs de production plus efficaces (travail, équipement, ...) sont accessibles grâce à la masse critique des entreprises qui les requièrent.
- **Le degré d'innovation des entreprises** est amélioré grâce notamment à l'interaction entre clients et fournisseurs, ce qui favorise le développement d'innovations tirées par le marché. De plus, la présence des centres de recherche et des universités dans les technopôles, permettra un meilleur accès aux sources de connaissances et aidera par la suite les entreprises à innover constamment. Enfin, la spécialisation favorise la disponibilité d'une main d'œuvre qualifiée pour les activités du technopôle
- **La création de nouvelles entreprises** : l'existence d'une meilleure information sur les opportunités de marché et une vision claire du technopôle et de son potentiel de développement favorise la création de nouvelles entreprises. La recherche de financement de départ peut être facilitée par l'existence d'une expertise et de ressources adéquates dans le technopôle, pour l'évaluation des risques encourus par de nouvelles entreprises.

D'autres démarches ont été entreprises pour la promotion des exportations agroalimentaire comme le programme de création et de développement de consortiums d'exportation en industries agroalimentaires qui a été lancé en février 2012 par le ministère de l'Industrie et des Mines en collaboration avec l'Organisation des Nations-Unis pour le développement industriel (ONUDI) et l'Ambassade de France en Algérie comme partenaire financier.

Cette démarche a abouti, en effet, à la naissance de 2 consortiums comme objectif initial. Ce dernier a été plus qu'atteint puisque au final le 3e consortium est en cours de création.

¹⁶ Idem. P 9

Le 1er consortium Algérien agro céréales, (AAC), regroupant 12 entreprises, est spécialisé dans la production de pâtes et de farine.

Le second dénommé GIPA, est spécialisé dans la transformation de viandes, de poissons et de produits laitiers. Il constitue le groupement interprofessionnel des protéines animales, composé de 8 entreprises

En ce qui concerne le 3e consortium en voie de création, il concerne les professionnels qui produisent des eaux minérales et des boissons gazeuses.

Section 3 : Les facteurs empêchant le développement des exportations agroalimentaires

Dans cette section, nous reviendrons sur les difficultés et les principales contraintes structurelles auxquelles se trouvent confrontées les entreprises algériennes, dans leur inspiration à se développer à l'international.

Avant de citer les différentes contraintes, nous allons commencer par donner un état des lieux des branches agroalimentaires en Algérie.

L'Algérie a connus ces dernier temps un allongement de la chaîne agroalimentaire pour la plupart des produits qui s'est traduit par des désajustements, des distorsions et de multiples contraintes qui entravent le fonctionnement des filières.

La productivité agricole, malgré des progrès pour quelques produits, n'a pas connu les améliorations exigées par la forte progression de la demande alimentaire. La production agricole et alimentaire n'a pas réussi à suivre l'évolution de la demande alimentaire tirée par le croît démographique, et l'apparition de nouvelles exigences de consommation. L'une des conséquences de ce désajustement réside dans l'extraversion de l'économie agro-alimentaire.

Face à la stagnation de la productivité agricole, et afin d'assurer la couverture de cette demande croissante, l'Algérie a dû développer l'industrie de transformation et importer des quantités, sans cesse croissantes, de produits agricoles, soit bruts, soit transformés.

Cette intégration au marché mondial s'est caractérisée et aggravée par une dépendance accrue vis-à-vis des pays développés. Celle-ci a revêtu plusieurs formes à différents niveaux des filières agro-alimentaires.

Les filières agro-alimentaires souffrent d'insuffisance des mécanismes d'intégration. L'organisation et la coordination des secteurs de production agricole, de transformation et de

distribution sont mal assurées. Cette intégration agro-industrielle constitue une problématique majeure des filières agro-alimentaires en Algérie qui est aujourd'hui caractérisé par¹⁷ :

- Déconnectée de l'amont agricole.
- Externalisée, basée sur l'importation de matières premières.
- Orientée vers le marché local et détachée du marché extérieur.
- Faible compétitivité.
- Handicapée par l'absence de stratégie globale et de cohérence (nombreux cas de surcapacités).
- Pénalisée également par la faiblesse de régulation et d'encadrement du marché.
- Asphyxiée par les nombreux cas de concurrence déloyale qui déstructurent les entreprises crédibles.
- Freinée par la faible structuration des professions.

3-1 Les contraintes liées à la production

Dans les pays développés, les innovations apportées, tant sur le plan organisationnel que sur le plan des formes matérielles de l'échange des produits et des informations, ont permis de diminuer les coûts des produits alimentaires, d'améliorer leurs qualités, et de répondre aux besoins des populations en termes quantitatifs et qualitatifs.

En revanche, dans les pays moins développés comme l'Algérie, l'évolution des filières et celle des modes de consommation urbains n'ont pas toujours été accompagnées d'une transformation des formes d'organisation des échanges. Le développement des filières agro-alimentaires est souvent fondé sur des circuits plus ou moins archaïques rendant la compétitivité au niveau international quasiment impossible.

3-2 Les contraintes liées au financement

La majorité des industries agroalimentaire en Algérie sont des PME qui structurellement, souffrent de fonds propres insuffisants et d'une trésorerie limitée. Les PME doivent faire face à la frilosité de leurs partenaires bancaires¹⁸.

Cette citation est peu compatible avec des efforts de pénétration de marchés qui ne peuvent avoir une rentabilité immédiate. Il est donc plus que jamais nécessaire de renforcer les efforts pour faciliter le financement des investissements, accroître les fonds propres des PME et limiter leurs problèmes de trésorerie.

¹⁷PROBLEMATIQUE DU DEVELOPPEMENT DES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES EN ALGERIE/EuropeanScientific Journal January 2015 Edition vol.11, No.3 ISSN: 1857 Page 8

¹⁸BEZTOUH Djaber/ Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : quelles contraintes et quelles stratégies pour leur développement. Page 12

3-3 Contraintes liées à la logistique

- Coût élevé du transport international et défaillance des services logistiques proposés (Irrégularité des plannings d'acheminement, indisponibilité des lignes.....).
- La mauvaise prise en charge des produits destinés à l'exportation au niveau des ports (insécurité, pratiques illicites.....).
- Le manque (pour ne pas dire l'inexistence) de port répondant aux normes internationales.
- La Défaillance de la chaîne logistique et du circuit de commercialisation (absence d'avion-cargo, lignes maritimes insuffisantes, absence d'infrastructures de conditionnement au niveau des ports) ;
- Les contraintes et blocages qui risquent d'entraver la conquête du marché extérieur en Algérie ou à l'étranger et en particulier en matière de procédure douanières et fiscales ainsi que du transport des marchandises par fret.

3-4 Autres Contraintes

- L'orientation des opérateurs économiques nationaux vers l'activité d'importation relativement moins risquée et plus profitable d'autant plus que le marché national est largement demandeur.¹⁹
- Manque d'expériences des exportateurs algériens qui peinent à adopter, les standards internationaux en matière de calibrage, de transformation ou d'emballage les empêchent de se positionner durablement sur les marchés extérieurs.
- Insuffisance de l'offre nationale de produits à l'exportation (en quantité, et surtout en qualité).
- L'absence d'une mise à niveau technologique qui se traduit par des insuffisances en termes de conformité, de présentation, d'emballage, d'innovation technique et technologique.
- Industries agroalimentaires encore trop peu présentes, particulièrement dans les territoires ruraux et intègrent trop faiblement les productions nationales.
- Une forte dépendance des importations des produits agricoles.
- absence de transparence dans la détermination des prix.
- Une capacité d'attraction des investissements étrangers presque inexistante.
- Des difficultés à affronter la concurrence internationale.

¹⁹ R. Abdenour et autre, « le défi de la qualité pour les entreprise national exportatrice », mémoire, INC, 2007, page 10

Conclusion

Pour conclure nous pouvons dire que les efforts consentis par les autorités algériennes pour le développement du secteur agroalimentaire, notamment le « PNDIAA » Plan National d'Appui aux Industries Agroalimentaires, et Les dispositifs d'aide et de soutien aux exportations hors hydrocarbures ont permis à ce secteur de :

- Participe de 48,7 % à la production brute hors hydrocarbure.
- A occuper autour de 39,5 % de la valeur ajouté des industries hors hydrocarbure.

La contribution de ces aides reste insuffisante car l'Algérie souffre actuellement de la dépendance des importations dans le secteur agroalimentaire, presque 75% de sa consommation en produits agroalimentaires est assurée par les importations qui sont réparties comme suit :

- 58 % Sont des produits destinés à l'industrie « matières premières ».
- 48 % Sont des produits destinés à la consommation.

Cela montre que l'industrie agroalimentaire algérienne dépend des importations en matières premiers.

Chapitre III

Etude des déterminants des exportations
des industries agroalimentaires de la
wilaya de Bejaia

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

Dans ce chapitre, nous essayerons de mettre le lien entre les aspects théoriques précédemment étudiés et le monde réel des entreprises. Pour cela nous allons procéder à une présentation des éléments géographiques et économiques de la wilaya de Bejaia, où s'est déroulée notre enquête. Par la suite, nous allons présenter les travaux empiriques effectués dans cette wilaya et dans ce secteur, Enfin nous exposerons la démarche méthodologique que nous avons adoptée pour répondre à notre problématique de recherche, et nous interpréterons les résultats de l'enquête effectuée sur le terrain, qui représentent les derniers aspects à effectuer pour tout travail de recherche.

Section 1 : Présentation du terrain de l'enquête et de son secteur agroalimentaire

Dans un premier lieu nous allons présenter, la wilaya dans laquelle s'est réalisée notre enquête, en mettant en lumière les principales caractéristiques géographiques, naturelles et économiques de cette région. Par la suite, nous présenterons le secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia.

1-1 Aperçu global sur le territoire de l'étude « la wilaya de Bejaia »

La wilaya de Bejaia possède de nombreux atouts, les principaux se résument dans les points suivants

1-1-1 Situation géographique et ressources naturelles

La wilaya de Bejaia occupe une place essentiel en Algérie et en méditerrané. C'est un territoire qui s'étend sur une superficie de 3268 Km². Elle est limitée

- A l'ouest par les wilayas de Tizi Ouzou et de Bouira
- Au sud par les wilayas de Bouira et Bourdj-Bou-Arredj
- A l'est par les wilayas de Sétif et Jijel
- Au nord par la mer méditerrané avec une façade maritime de plus de 100 Kms, alternant criques rocheuses et plages de sable fin d'Est vers l'Ouest. La frange du littoral qui a un climat doux bénéficie des influences de la mer. Elle reçoit en moyenne 800 à 1100 mm de pluie par an.

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

Grace à sa situation géographique stratégique, et la présence de nombreux reliefs « mer, montagne, forêts », le tourisme et l'artisanat représente une part non négligeable dans la wilaya de Bejaia.

La wilaya de Bejaia s'est élargie à partir du découpage de février 1984 et compte depuis 19 daïras et 52 communes.

❖ Situation démographique

La population totale de la wilaya en 2014 est estimée à 953 050 habitants avec un taux d'accroissement de 0,63 entre « 1998-2008 » et une densité de 295,66 habitants/Km².

La distribution de la population fait ressortir que 61% des habitants vivent dans les chefs-lieux, 26% dans les agglomération secondaire et 12% dans les zones éparses. Le tableau suivant représente la répartition de la population par zone

Tableau N° 25 : Répartition de la population selon la dispersion géographique

Totale Population		Zone Eparses	A - Secondaires	A - Chef-lieu
Valeur	953 050	118 250	250 810	583 990
Pourcentage	100%	12%	26%	61%

Source : Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia 2014/Territoire et population/population et démographie p.12

A- Estimation de l'emploi

La wilaya de Bejaia dispose d'une importante population occupée qui reflète la spécialisation et la concentration des activités économiques. Le tableau suivant permet de bien traiter la situation d'emploi de Bejaia

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

Tableau N° 26 : Estimation de l'emploi dans la wilaya des Bejaia

Designation	Pop active	Taux d'activité	Pop active occupée	Taux de chômage
Valeur	381 220	40%	335 475	12%

Source : Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia 2014/Territoire et population/emploi p 20

B- Répartition de la population occupée active par grand secteur

Pour la répartition de la population par grand secteur, on constate que le BTP est en tête suivie du secteur des services et du secteur agricole. Le tableau suivant, permet d'identifier la spécialisation sectorielle de la population

Tableau N° 27 : Population active occupée par grand secteur de la wilaya de Bejaia

Designation	Nombre	Part %	Designation	Nombre	Part %
Agriculture	69 007	21%	Services	71 892	21%
B.T.P	78 032	23%	Artisanat et tourisme	13 419	4%
Industries	22 985	7%	Commerce	7 112	2%

Source : Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia 2014/Territoire et population/emploi p 20

1-1-2 Potentialité économique et infrastructures de base

A- Potentialité économiques

La wilaya de Bejaia dispose d'une économie diversifiée, et cela est due essentiellement à :

- la fertilité des sols qui attribue au secteur de l'agriculture des capacités d'exploitation intensive dans le domaine du maraichage, des agrumes, des fourrages et des élevages bovins laitiers et avicoles. L'agriculture occupe une part importante dans l'économie de la wilaya avec notamment une superficie agricole utile de 130 306 ha.
- la façade maritime de la wilaya offre de réelles possibilités pour la production halieutique et la pêche

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

B- Infrastructure de base

La wilaya de Bejaia est dotée de plusieurs modes de transport : terrestre, ferroviaire, maritime et aérien, ce qui lui permet d'avoir des relations au niveau régional, national et international.

- Transport terrestre : Bejaia est doté d'un réseau routier dense mais arrondi qui se compose de
 - Route National : 444 Kms dont 20 Kms non revêtus
 - Chemins de Wilayas : 659 Kms
 - Chemins Communaux : 3 200 Kms dont 1 000Kms non revêtus
- Transport ferroviaire : c'est le plus ancien mode de transport de voyageurs est de marchandises dans la région. Sa longueur est de 90 Km, avec 7 gares et 4 haltes.
- Transport aéroportuaire : La wilaya de Bejaia dispose d'un aéroport, situé à 5 Km au sud de la ville de Bejaia. Le réseau aéroportuaire relie Bejaia au sud algérien, à Alger et a l'Europe, avec des vols réguliers. L'infrastructure se compose d'une piste de 2400 ml × 45, d'une aérogare de 250 passagers/jour en moyenne et une aire de stationnement de 24576 m². L'aéroport constitue une ouverture sur le monde extérieur et pour la région, et un vecteur de rapprochement avec les régions les plus lointaines
- L'infrastructure portuaire : à l'image des ports algériens le port de Bejaia acquis le statut de port mixte en hydrocarbure et en marchandises générales. Son emplacement au centre de la côte algérienne lui confère une position de choix pour capté les flux du trafic entre les détroits Gibraltar et le canal de suez. Sa localisation dans une région économique dynamique desservie pas un réseau routier, lui permet de conquérir un vaste hinterland avec les régions limitrophes de la wilaya.

1-2 Présentation de l'industrie agroalimentaire de Bejaia

L'industrie agroalimentaire constitue la branche principale de l'industrie de la wilaya de Bejaia avec 651 entreprises soit 25% de la totalité des entreprises, offrant 10881 poste d'emplois soit 47% du totale des postes d'emploi. « Voir tableau N° 28 »

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

Tableau N° 28 : Répartition des entreprises et de l'emploi selon les branches de l'industrie

Secteurs d'activité	Entreprise		Emploi	
	Nombre	%	Nombre	%
Mines et carrières	31	1%	459	2%
I.S.M.M.E	408	15%	2280	10%
Matériaux De construction, céramique et verre	304	11%	2410	10%
Chimie, caoutchoucs et plastique	132	5%	1051	5%
Industries agroalimentaire	651	25%	10881	47%
Industrie textile, bonneterie et confection	204	8%	2365	10%
Industrie des cuirs et chaussures	7	0%	504	2%
Industries du bois, liège, papier et imprimerie	876	33%	2987	13%
Industries diverses	33	1%	48	0%
Total	2646	100%	22985	100%

Source : Réaliser par nous-mêmes a partir des données de l'annuaire statistique de la wilaya de Bejaia 2014, et des données collectées auprès de la DMI « direction des mines et de l'industrie »

En termes de démographie d'entreprise, les données du tableau suivant nous montrent que le secteur de l'industrie agroalimentaire occupe la deuxième place après l'industrie du bois, liège, papier et imprimerie, ce secteur « industrie bois » est composé essentiellement des micros entreprises « menuiseries », ce qui explique son classement dans la deuxième place en termes d'emploi.

Les entreprises du secteur industriel de la wilaya de Bejaia sont principalement des PME, qui représentent 99% de la totalité des entreprises, concernant les grandes entreprises, elle représente 1% de la totalité des entreprises. Voir tableau N°29

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

Tableau N° 29 : Répartition des différentes tailles d'entreprises industrielles de la wilaya de Bejaia selon les branches de l'industrie

Secteurs d'activité	PME		Grande entreprise	
	U.PME	emploi	entreprise	emploi
Mines et carrières	31	459	0	0
I.S.M.M.E	407	1780	1	500
Matériaux De construction, céramique et verre	302	1603	2	807
Chimie, caoutchoucs et plastique	131	705	1	346
Industries agroalimentaire	645	3066	6	7815
Industrie textile, bonneterie et confection	200	417	4	1948
Industrie des cuirs et chaussures	6	10	1	494
Industries du bois, liège, papier et imprimerie	874	1888	2	1099
Industries diverses	33	48	0	0
Total	2629	9976	17	13009

Source : Réaliser par nous-mêmes à partir des données de l'annuaire statistique de la wilaya de Bejaia 2014, et des données collectées auprès de la DMI « direction des mines et de l'industrie »

Malgré la minorité des grandes entreprises, on constate d'après les données du tableau N° 29 que le nombre d'emploi qu'elles offrent est plus important que le nombre d'emploi qu'offerte les PME, ceci illustre le rôle important que joue les grandes entreprises dans l'économie.

Section 2 : Etudes empiriques effectuées dans le secteur agroalimentaire de Bejaia

2-1 Présentation d'une étude empirique, déjà effectuée

Le secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia a déjà fait l'objet d'études empiriques, et parmi ces études, on peut citer le travail réalisé par : BOUDI Melkhir¹, CHEHAT Fouad² et CHERIET Foued³ qui porte sur la compétitivité de la filière huile d'olive en Algérie : cas de la wilaya de Bejaia.

Afin de bien présenter ce travail nous allons définir l'objectif de cette étude, en suite on présentera la méthodologie suivie, et enfin on donnera les résultats obtenu par leur travail.

2-1-1 Objectif de l'étude

Les statistiques, montrent que le secteur oléicole en Algérie, est en développement, et qu'un programme a été engagé pour couvrir les besoins nationaux en matière grasse végétale. Cette branche est considérée comme une aide qui pourra contribuer largement à la diversification de l'économie, dont les hydrocarbures assurent actuellement l'essentiel des entrées en devises.

L'environnement oléicole international reste dominé par une dizaine de grands pays exportateurs. Cet environnement subit des modifications institutionnelles imposées notamment par les réglementations sanitaires, la multiplication des normes et des indications géographiques et les exigences croissantes de la grande distribution. Toute entreprise oléicole, doit faire face à la compétitivité pour éviter de se voir évincée du marché international de plus en plus exigeant.

Le concept de compétitivité dispose de deux critères qui sont la compétitivité prix qui concerne les coûts de production, et la compétitivité hors prix qui concerne la qualité, la compatibilité avec les goûts des consommateurs internationaux et la réponse aux cahiers des charges internationaux

¹Maître-assistante à l'Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou

²Professeur à l'INRAA Alger

³Maître de conférences, UMR 1110 MOISA, Montpellier Sup Agro, F-34 Montpellier- France.

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

L'objectif essentiel de cette étude est d'analyser les facteurs de compétitivité prix et hors prix des exploitations oléicoles, avec une application empirique au cas de la wilaya de Bejaia.

2-1-2 Présentation de la méthodologie suivie

Cette étude est composée de quatre sections : la première est consacrée, pour une brève présentation des concepts et des sources d'information sur les facteurs de compétitivité, la deuxième concerne la présentation de la filière huile d'olive en Algérie à travers le contexte de la wilaya de Bejaia. La troisième section, est dédiée au traitement des résultats de l'enquête effectuée. Enfin, la dernière section concerne l'examen du positionnement des différents groupes d'exploitations par rapport au degré de leurs implications dans la maîtrise des critères de compétitivité.

Pour répondre aux objectifs de ce travail, l'enquête a été réalisée au sein des différentes composantes de la filière, et cela après avoir choisie la zone d'enquête, et l'étude de l'évolution des soutiens publics à la filière oléicole en Algérie, afin de détermination des coûts de production.

2-1-3 les résultats obtenus par ce travail

Après avoir déterminé les coûts de production du produit algérienne, une comparaison est effectuée avec les coûts d'arrivée d'un produit espagnole équivalent, cette comparaison a permis de déduire que le produit algérien est compétitif coté prix dans un seule cas, qui est le cas de suppression totale des droit de douane, d'où la nécessité de revoir les caractéristiques de productions de manière à avoir un produit plus compétitif point de vu prix.

Afin de créer des perspectives nouvelles pour l'huile d'olive algérien il faudra renforcer les spécificités qualitatives du produit local par un meilleur marquage (labels, indications géographiques, etc.), et une visibilité accrue des régions d'origine.

2-2 Présentation des entreprises agroalimentaires exportatrices de la wilaya de Bejaia

Pour présenter ces entreprises nous allons déterminer dans quel branche de l'agroalimentaire est-elle spécialisée ensuite, on s'intéressera à leurs formes juridiques et leurs tailles. Une présentation d'état des lieux de ces entreprises et de l'évolution de leurs

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

exportations est nécessaire, mais malheureusement nous n'avons pas pu avoir les informations demandées à cause de là l'attitude réticente des chefs d'entreprise et le refus de réponse à ce types de questions.

2-2-1 Les entreprises agroalimentaires exportatrices selon leurs spécialisation

Les données collectées auprès de la direction de commerce de la wilaya de Bejaia, nous ont permis de classifier les entreprises agroalimentaires exportatrices de cette wilaya selon leur branche d'activité.

Tableau N° 30: Les entreprises agroalimentaires exportatrices dans la wilaya de Bejaïa.

Les entreprises exportatrices	Spécialisation
Ibrahim et fils (IFRI)	production des boissons
PASTA WORLD	production des produits à base de céréales
SPA Cevital	production d'huile, de corps gras et de margarine +production sucrière
Literies Soummam	production des produits laitiers
SPA COGB La Bella	production d'huile, de corps gras et de margarine
SARL Limonadière de la Soummam	production des boissons
EURL Tassabhite	production des boissons
Huileries ouzellagene	production d'huile, de corps gras et de margarine
SPA Belklichène	production de la viande
SARL SoumamGrani	production des produits à base de céréales

Source : établi à partir des données de la direction de commerce de la wilaya de Bejaia. Bulletin annuel 2014.

Du tableau N° 30, nous constatons que les entreprises exportatrices se spécialisent dans de différentes branches sans la domination d'une des branches. SPA Cevital est la seule exportatrice dans la production sucrière. Cela est dû à la complexité de cette branche.

2-2-2 Les entreprises agroalimentaires exportatrices selon leur forme juridique

La majorité des entreprises exportatrices au niveau de la wilaya de Bejaïa et même au niveau national sont constituées de sociétés à responsabilité limitée (SARL). Rappelons qu'on Algérie, seules les sociétés (y compris les EURL) ont le droit d'exercer une activité commerciale d'exportation et/ ou d'importation, en contrepartie elles doivent disposer d'un capitale sociale de 02million de dinars au minimum.

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

Tableau N° 31 : Répartition des entreprises exportatrices de la wilaya de BEJAIA selon la forme juridique.

Statut juridique	Entreprises
SARL	SARL Huileries ouzellagene
	SARL Ibrahim et fils (IFRI)
	SARL Soumam Granny
	SARL belkchène (EBF)
	SARL LitarieSoumam
	SARL Huileries ouzellagene
	SARL Pasta world
SPA	SPA COGB La Bella
	SPA Cevital
EURL	EURL Tassabhite

Source : établi à partir des données de la direction de commerce de la wilaya de Bejaia. Bulletin annuel 2014.

D'après les données du tableau ci-dessus, la SARL représente la majorité des entreprises exportatrices, du fait que cette dernière convienne mieux aux entrepreneurs désirant créer une entreprise, sans sortir de cercle de la famille. Sa création n'exige pas des fonds très importants.

2-2-3 Les entreprises agroalimentaires exportatrices selon leur taille

Les données collectées auprès de la DMI « direction des mines et de l'industrie » nous ont permis de réaliser le tableau suivant

Tableau N° 32 : Répartition des entreprises exportatrices selon leur Taille

Les entreprises exportatrices	Nombre d'employés	Taille de l'entreprise
Ibrahim et fils (IFRI)	Plus que 250	Grande entreprise
PASTA WORLD	Entre 50 et 250	Moyenne Entreprise
SPA Cevital	Plus que 250	Grande entreprise
Literies soumman	Plus que 250	Grande entreprise
SPA COGB La Bella	Plus que 250	Grande entreprise
SARL Limonadiere de la Soummam	Entre 50 et 250	Moyenne Entreprise
EURL Tassabhite	Entre 50 et 250	Moyenne Entreprise
Huileries ouzellagene	Entre 50 et 250	Moyenne Entreprise
SPA Belkchène	Entre 50 et 250	Moyenne Entreprise
SARL SoumamGrani	Entre 50 et 250	Moyenne Entreprise

Source : Réalisé par nous-même à partir des données collectées auprès de la DMI « direction de l'industrie et des mines »

On constate bien que les entreprises agroalimentaires exportatrices, sont soit de moyenne entreprise 60% de la totalité, soit des grandes entreprises 40% de la totalité.

Section 3 : Présentation de la démarche méthodologique de l'enquête

Dans la présente partie, nous allons présenter l'enquête du terrain d'une façon détaillée, nous exposerons les objectifs de cette enquête et la nécessité de mener un tel travail. Ensuite nous présenterons la population et l'échantillon, et nous traiterons de la méthodologie adoptée pour atteindre les objectifs visés. Enfin nous présenterons la justification des différentes rubriques du questionnaire d'enquête.

3-1 Objectif et méthodologie de la recherche

L'enquête de terrain repose sur un questionnaire s'adressant aux chefs d'entreprises des industries agroalimentaires exportatrices de la wilaya de Bejaia. Ce questionnaire permet de quantifier et de comparé l'information collecté auprès d'un échantillon représentatif de la population visée par l'évaluation.

3-1-1 Objectif de l'enquête du terrain

Le travail empirique que nous avons réalisé par l'enquête constitue le pivot central de notre étude, dans le but d'arrivé à dégagé un certain nombre de données qui nous permettra de confirmer ou infirmer les hypothèses, et bien entendu pour rependre a la problématique posée. D'une manière plus précise, cette enquête va nous permettre en traitant ces résultats, d'analyser les déterminants des exportations du secteur agroalimentaire.

3-1-2 Population et échantillon

Notre enquête porte sur la population des industries agroalimentaires exportatrices de la wilaya de Bejaia. Le choix de cette population est justifié surtout par l'expérience acquise à l'exportation par les entreprises concernées, ce qui permettrait de tirer des enseignements plus pertinents sur les conditions réelles de l'activité d'exportation en Algérie et celles de réussite en la matière. De cette population, nous avons ciblé, un échantillon de 10 entreprises auxquelles un questionnaire a été adressé.

3-1-3 Méthodologie de l'enquête du terrain

Notre enquête s'est déroulée durant le mois de mai, en distribuant des questionnaires aux propriétaires et dirigeants des 10 entreprises visées. Bien que, nous avons déposé les questionnaires par nos soins auprès des propriétaires et dirigeants de ces entreprises et avec tous les éclaircissements que nous avons pu donner, quelques questionnaires étaient non ou mal remplis, ce qui nous a obligés de les écarter de l'étude. Par conséquent, l'échantillon final est composé de seulement 07 cas « soit 70% de la population des industries agroalimentaires exportatrices »

Pour l'identification des entreprises industrielles nous nous sommes rapprochés des directions suivantes :

- La DMI : direction des mines et d'industrie
- La douane algérienne
- BMT : Bejaia méditerranéen terminal
- La chambre du commerce de la wilaya de Bejaia
- La DPSB : Direction de la Programmation et du Suivi Budgétaires

3-2 Confection du questionnaire

Nous avons établi un questionnaire comportant 22 questions au total réparties en 04 grandes parties à savoir :

La première partie concerne l'information générale de l'entreprise et son profil : cette partie contient 07 questions d'ordre général, permettant de recueillir des renseignements généraux tel que, la dénomination, date de création l'effectif et le statut juridique des entreprises, ainsi que leurs spécialisations

La deuxième partie concerne la relation de l'entreprise avec son environnement : cette partie comporte 03 questions qui sont censé déterminé les contraintes environnementales qui entraves le bon fonctionnement et le développement de l'entreprise.

La troisième partie concerne les dispositifs de soutiens aux exportations agroalimentaires cette partie comportent 04 questions qui devraient nous renseigner sur l'efficacité ou non des démarches entreprises par les autorités algériennes.

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

La quatrième et dernière partie concerne les motivations et les contraintes à l'exportation : cette partie contient 08 questions touchant la problématique de notre travail de recherche, ces questions sont censées nous permettre de recueillir des informations sur les déterminants à l'exportation des industries agroalimentaires.

3-3 Analyse et interprétation des résultats de l'enquête

Dans cette partie, nous allons procéder d'une part à la présentation des résultats de notre enquête, d'autre part à l'analyse de ces derniers tous en finissant notre travail de recherche par des recommandations.

3-3-1 Information général et Profil des entreprises enquêtées

Nous allons présenter les renseignements généraux des entreprises enquêtées.

Tableau N° 33 : La répartition des entreprises enquêtées selon « branche d'activité, nature et statut juridique, et leurs tailles »

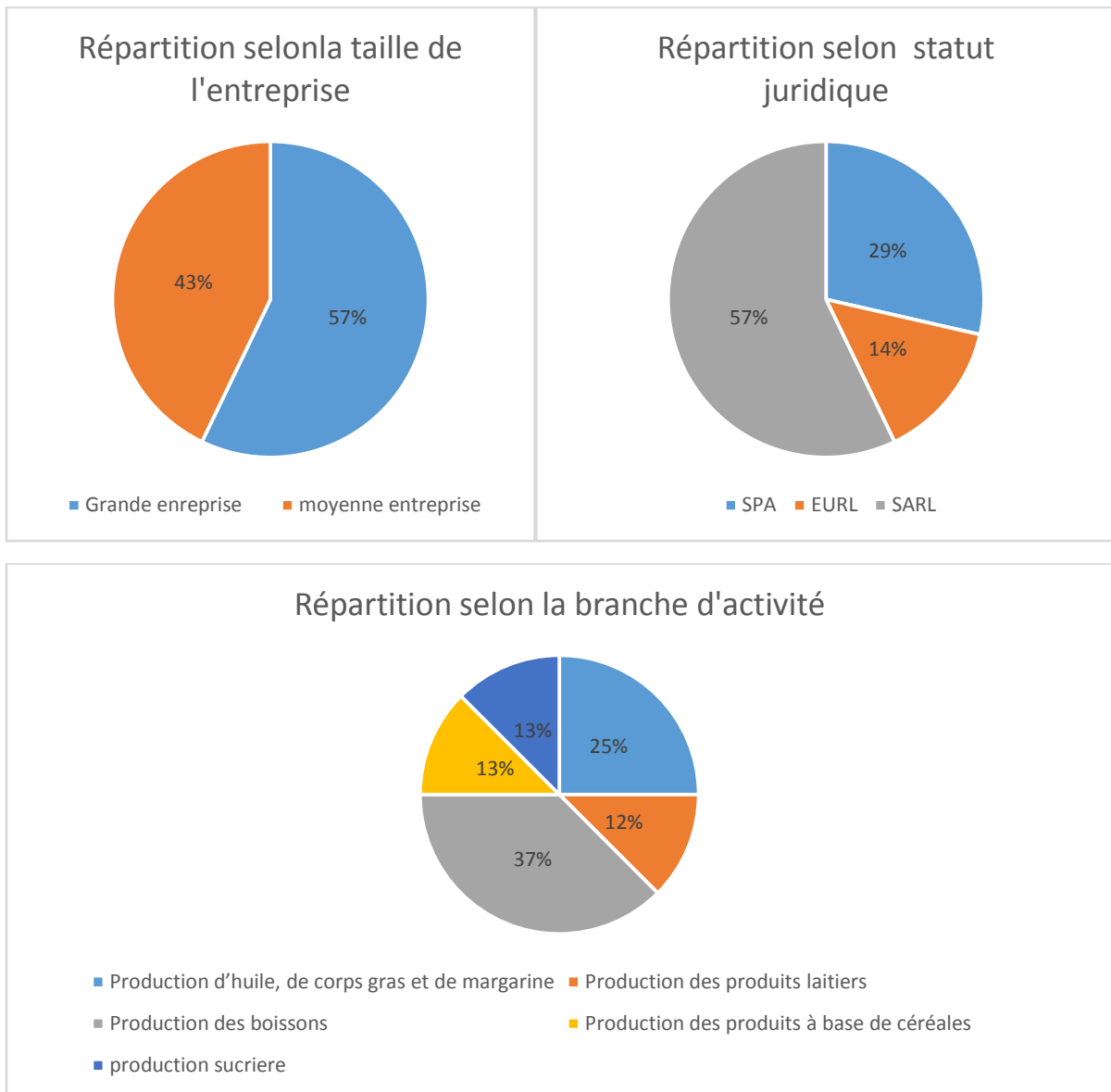
Entreprises enquêté	Statut juridique	Branche d'activité	Effectif	nature juridique
Cevital	SPA	Production d'huile, de corps gras et de margarine	Plus 500	Privé
COGB la belle	SPA	Production d'huile, de corps gras et de margarine	Plus 500	Privé
Laiterie Soummam	SARL	Production des produits laitiers	Plus 500	Privé
Ibrahim et fils	SARL	Production des boissons	Plus 500	Privé
Pasta world	SARL	Production des produits à base de céréales	Entre 50 et 250	Privé
Thasebhith	EURL	Production des boissons	Entre 50 et 251	Privé
Limonadière Soummam	SARL	Production des boissons	Entre 50 et 252	Privé

Source : établir à partir des données de l'enquête, 2016

Nous constatant d'après le tableau N°33 que toutes les entreprises agroalimentaires enquêtées dans la Wilaya de Bejaia sont des entreprises privées.

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

Figure N°07 : Répartition des entreprises enquêtées selon statut juridique, taille d'entreprise et branche d'activité



Source : établie à partir des données du tableau N°33

Selon les données de ce tableau N°33, et la figure N°07, nous constatons :

- Que les entreprises enquêtées se spécialisent dans de différente branche de l'agroalimentaire avec une légère domination de la production de boisson « 37% »
- Que la taille des entreprise et repartie entre deux catégories comme suit :
 - 57% sont des grandes entreprises
 - 43% sont des moyennes entreprises

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

- Que la plupart des entreprises enquêtées sont des Sociétés à Responsabilité Limitée « SARL », avec un pourcentage de 57%. Cela peut s'expliquer, par le caractère familial de la gestion des entreprises de la wilaya de Bejaia, et par le fait que leur création n'exige pas des fonds très importants.

Nous constatant dans cette partie de notre questionnaire, qui est dédiée à la présentation du profil général de l'entreprise, que la taille de l'entreprise a un impact sur les exportations, car seule les moyennes et grandes entreprises arrivent à export, avec l'absence totale des petites et micro entreprises dans les entreprises exportatrices enquêtées

3-3-2 l'entreprise et son environnement :

Dans cette partie nous allons voir comment se caractérise le macro et micro environnement de l'entreprise et s'il a un impact sur leurs exportations.

- Caractéristiques de l'environnement :

Les résultats de l'enquête sont représentés dans le tableau suivant :

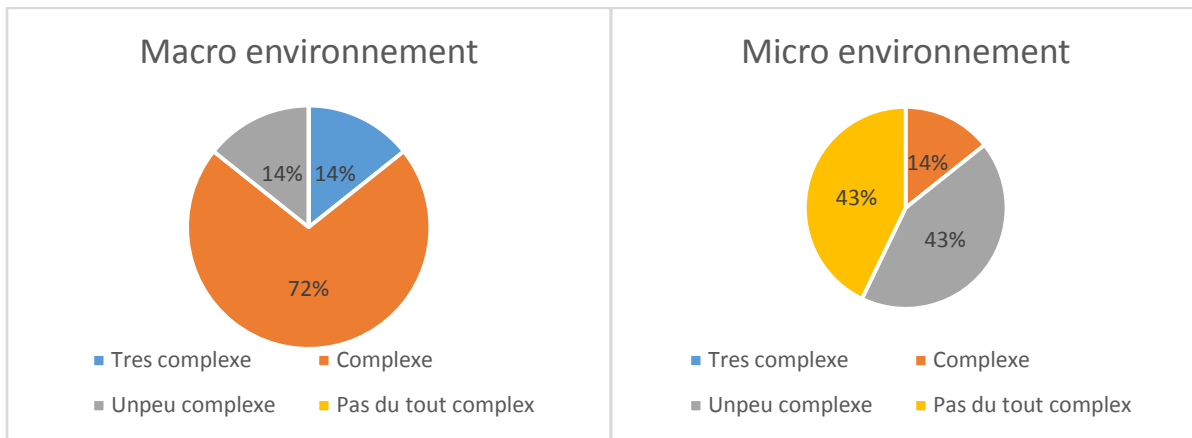
Tableau N° 34 : Répartition des entreprises enquêtées selon les caractéristiques de l'environnement dans lequel elles évoluent :

Caractéristiques de l'environnement	Macro environnement		Micro environnement	
	Nombres	(%)	Nombres	(%)
Très complexe	1	14%	0	0%
Complexe	5	71%	1	14%
Un peu complexe	1	14%	3	43%
Pas du tout complexe	0	0%	3	43%
Total	7	100%	7	100%

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des résultats de notre enquête.

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

N° 08 : Répartition des entreprises enquêtées selon les caractéristiques de l'environnement dans lequel elles évoluent



Source : établie à partir des données du tableau N°34

Selon le Tableau N°34 et la Figure N°08, nous remarquons que la plupart des entreprises enquêtées « 72% » déclarent qu'elles évoluent dans une macro environnement complexe, ceci est dû essentiellement à la lourdeur et à la complexité des procédures administratives, qui caractérisent l'environnement institutionnel de l'entreprise. Concernant le micro environnement seulement « 14% » des entreprises enquêtées le trouve complexe.

- Impact de l'environnement sur les exportations :

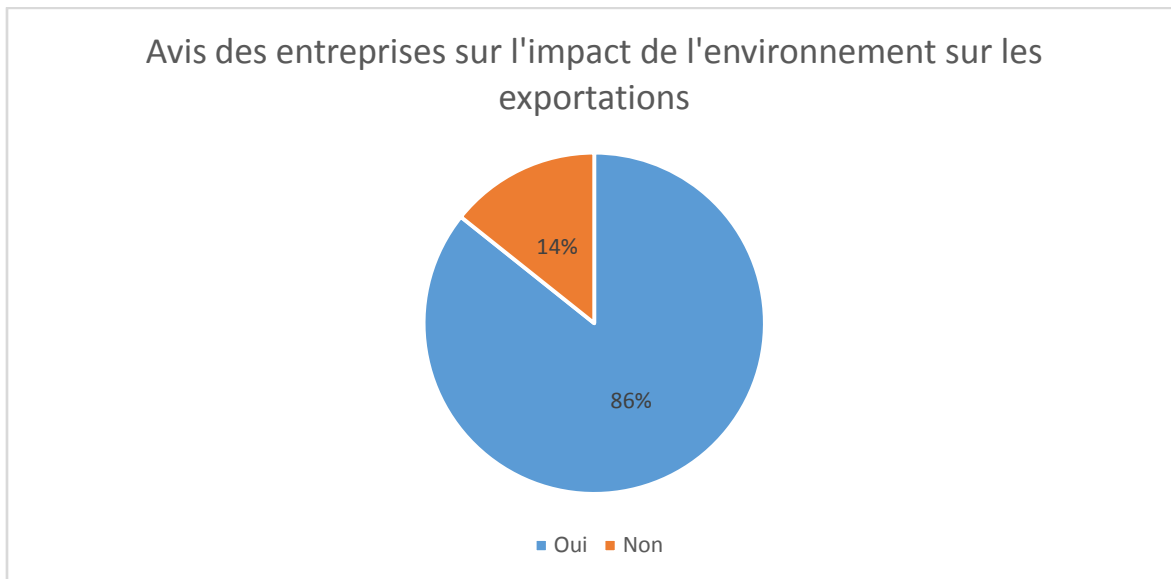
Dans le but de voir l'impact de l'environnement sur les exportations nous avons demandé l'avis des entreprises exportatrices enquêtées.

Tableau N°35 : Réponses des entreprises enquêtées sur l'impact de l'environnement sur les exportations

Avis sur l'impact de l'environnement sur les exportations	Nombres	(%)
Oui	7	86%
Non	0	14%
Total	7	100%

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des résultats de notre enquête.

Figure N°09 : Avis des entreprises enquêtées sur l'impact de l'environnement sur les exportations



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données du tableau N° 35

Nous constatons d'après le tableau N°35 que la majorité des entreprises exportatrices enquêtées pensent que la complexité de l'environnement dans lequel elles évoluent entrave le bon déroulement de leurs opérations d'exportations.

Cette partie de notre questionnaire nous a permis de déterminer de manière générale le rôle de l'environnement dans les exportations.

3-3-3 Les dispositifs de soutien aux exportations

Cette parties est constitué de deux point, le premier concerne le rôle de l'état à travers les aides qu'elle octroi aux entreprises exportatrices, la deuxième est dédié à la circulation de l'information

- première partie :

Dans cette partie nous allons voir la contribution ou non des aides à l'exportation ainsi le types d'aide les plus utilisées et enfin les causes de non exploitation de certaines de ces dernières.

Les données sont représentées dans les tableaux suivants

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

Tableau N° 36 : La contribution des aides à la croissance des exportations par entreprise

La contribution des aides à la croissance des exportations	Nombre	(%)
Non	2	29%
Oui	5	71%
Total	7	100%

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des résultats de notre enquête.

Tableau N°37 : type d'aide reçu par les entreprises

Dispositifs d'aide à l'exportation	Nombre	(%)
CAGEX	1	14%
ALGEX	1	14%
FSPE	2	29%
SAFEX	7	100%

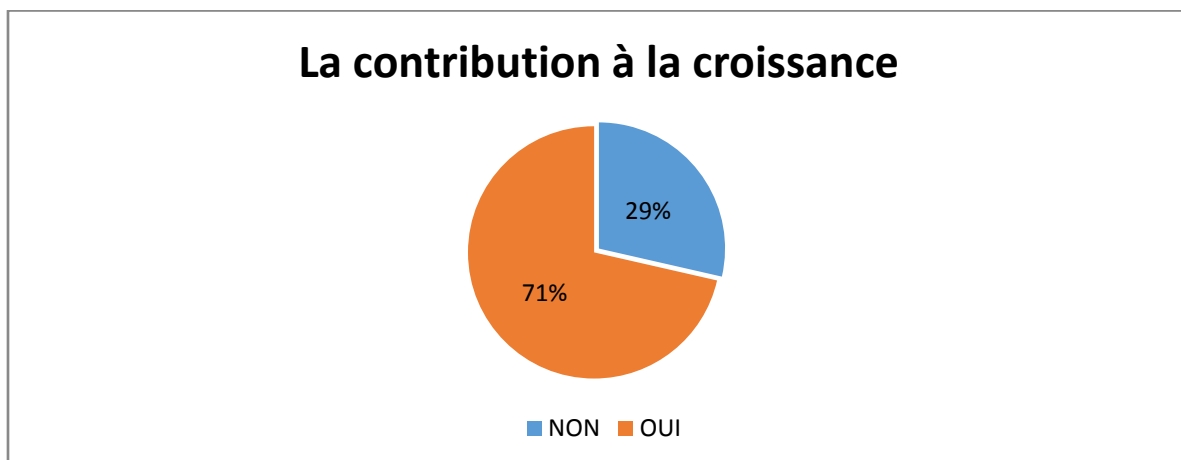
Source : réalisé par nous-mêmes à partir des résultats de notre enquête.

Tableau N°38 : Causes de non exploitation de certaines aides

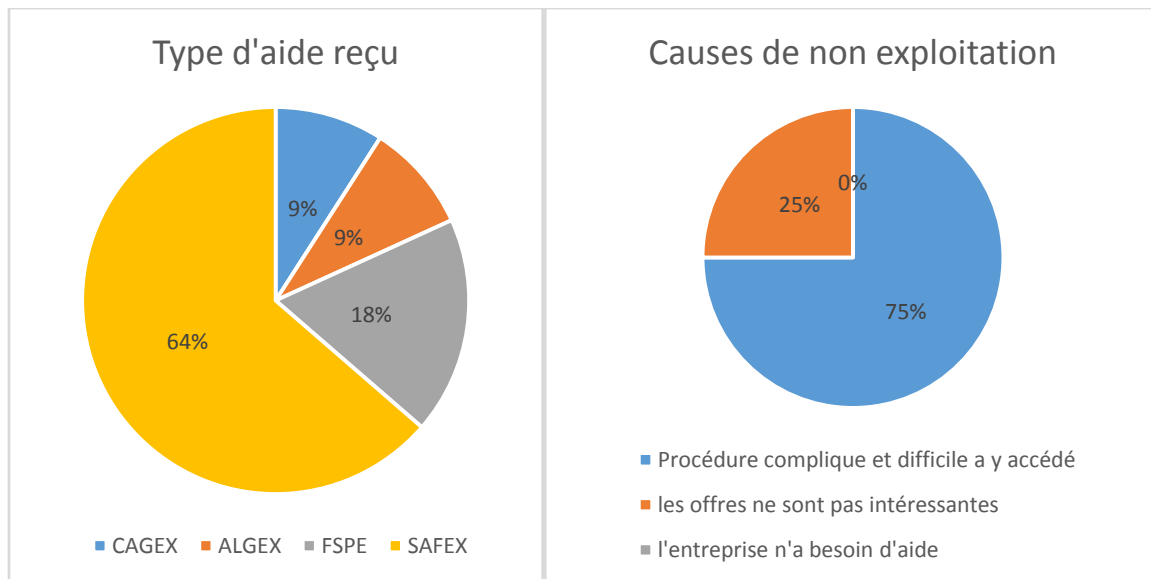
Cause de non exploitation de certains aides	Nombre	(%)
Procédure compliquée et difficile à y accéder	6	86%
les offres ne sont pas intéressantes	2	29%
l'entreprise n'a besoin d'aide	0	0%

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des résultats de notre enquête.

Figure N°10 : Résultat de la première partie sur les dispositifs de soutien aux exportations



Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia



Source : Réalisé à partir des données des tableaux N° 36,37 et 38

Les données des trois tableaux N°36, 37,38 et la figure N° 10 montre que les dispositifs d'aide contribuent à la croissance des exportations car 71% des entreprises ont bénéficié de leurs services.

Certaines de ces aides ne sont pas exploitées et c'est dû essentiellement à leur procédure compliquée et difficile à y accéder. Les organismes les plus utilisés sont la SAFEX, et la FSPE.

- Deuxième partie

Dans cette partie nous avons posé des questions concernant quelques plans de développement lancés par l'Etat pour développer les entreprises, notamment le plan « PNDIAA » et la mise à niveau des PME, le but de nos questions est de savoir si les entreprises enquêtées sont au courant de ces plans et s'ils ont bénéficié.

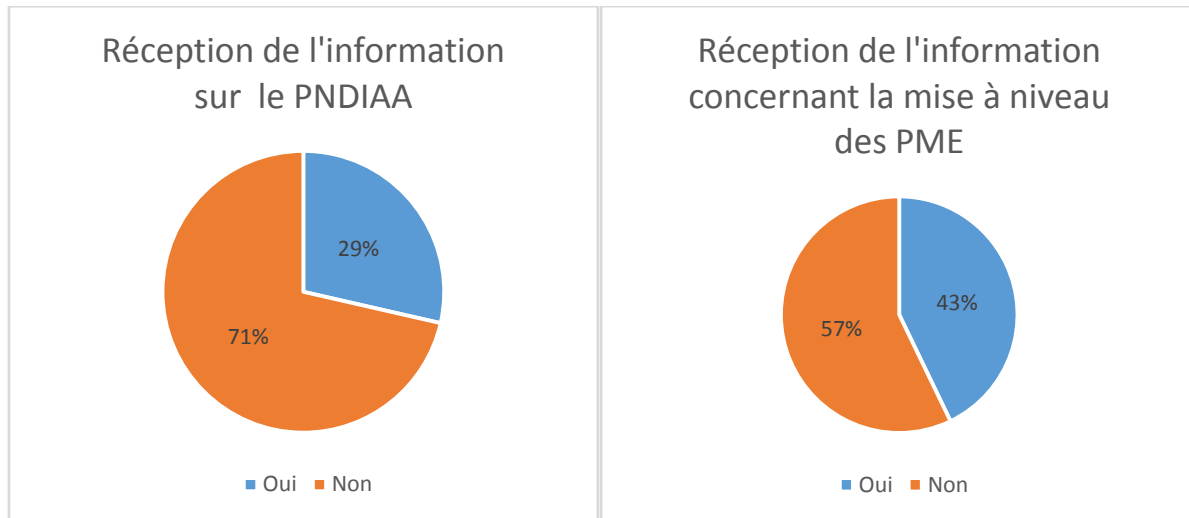
Les résultats obtenus sont illustrés dans les tableaux suivants

Tableau N°39 : Réception de l'information par les entreprises concernant les plans de relances

Réception de l'information	Type du plan			
	PNDIAA		Mise à niveau des PME	
	Nombre	%	Nombre	%
Oui	2	29%	3	43%
Non	5	71%	4	57%
Total	7	100%	7	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir des données de notre enquête

Figure N° 11 : Réception de l'information par les entreprises concernant les plans de relances



Source : Réalisé à partir les données du tableau N°39

D'après le Tableau N°39 et la figure N°11 nous constatant que la majorité des entreprises enquêtées ne sont pas au courant des plans de relance, car pour le plan de mise à niveau des PME, seulement 43% des entreprises ont reçu l'information et pour le PNDIAA seulement 29% des entreprises ont reçu l'information

Cette partie de notre enquête nous a permis de déduire que les aides et les démarché entreprise Par l'Etat sont intéressantes, mais malheureusement inefficaces, cela est essentiellement dû à l'environnement des affaires en Algérie « institution et règlementation complexe, administration lourde et compliqué »

3-3-4 motivation et contrainte à l'export

Cette dernière partie est composée de deux points qui sont les motivations et les contraintes à l'exportation

A- Les motivations

Dans cette partie nous allons traiter les motivations des entreprises à l'exportation, le model stratégique à l'exportation utilisé et voir leurs principaux marchés et les cause de non prospection de certains de ces derniers

Les résultats de notre enquêté sont représenté dans les tableaux suivants

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

Tableau N°40 : les motivations à l'exportation

Motivations à l'exportation	Nombre	%
La recherche de nouveaux marchés	6	86%
La répartition des risques entre plusieurs pays	0	0%
L'accès à un environnement réglementaire plus favorable	1	14%
L'amélioration de la compétitivité de l'entreprise	5	71%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir les données de notre enquête

Tableau N° 41 : le model stratégique à l'exportation utilisé par les entreprises enquêtées

Model stratégique	Nombre	%
UPPSALA	2	29%
I-Modele	0	0%
Aucun	5	71%
Total	7	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir les données de notre enquête

Tableau N°42 : les principaux marchés des entreprises exportatrices

Marchés	Nombre	%
Maghreb	6	86%
Européen	3	43%
Autres pays africain	4	57%
Américain	2	29%
Asiatique	0	0%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir les données de notre enquête

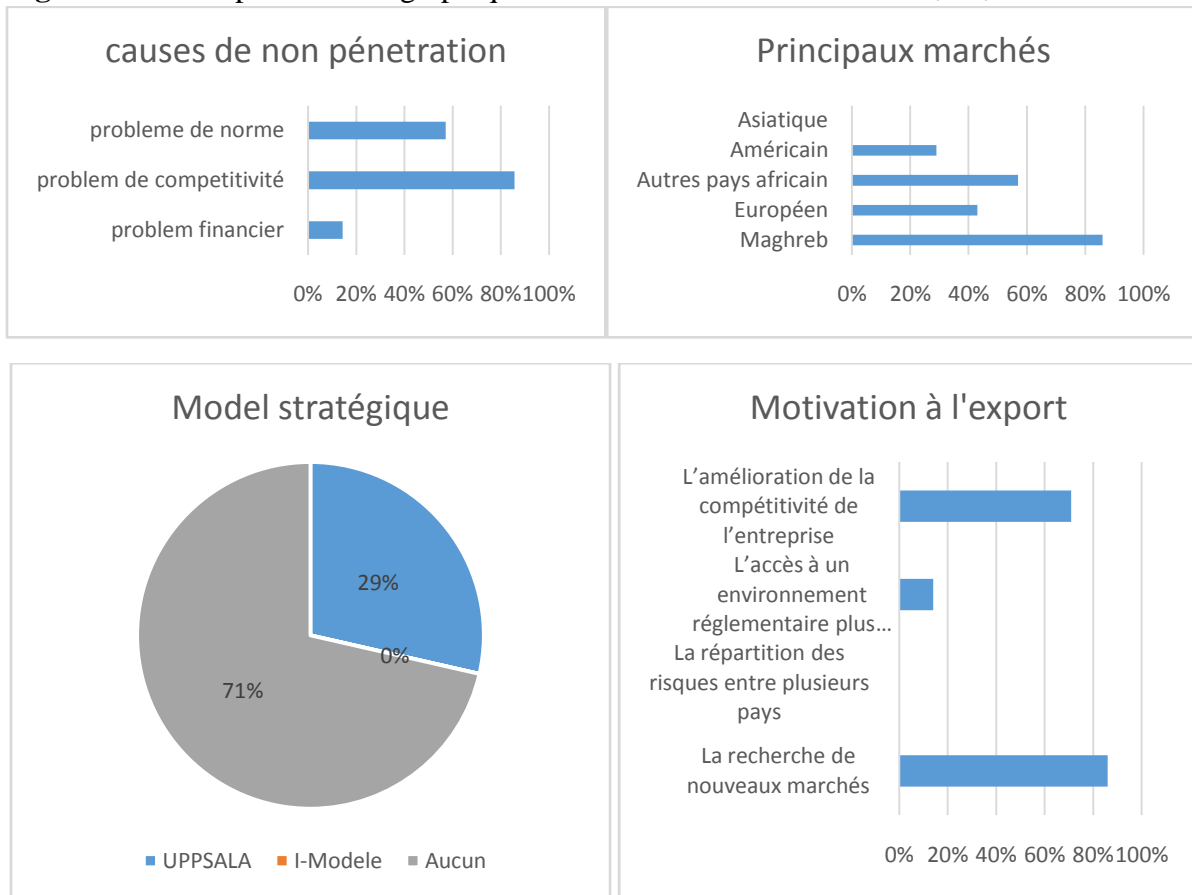
Tableau N°43 : Causes de non pénétration d'autres marchés

Causes de non pénétration des marchés étrangers	Nombre	%
problèmes financiers	1	14%
problèmes de compétitivité	6	86%
problèmes de normes	4	57%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir les données de notre enquête

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

Figure N°12 : Représentation graphique des données des tableaux N°40, 41, 42 et 43



Source : Réalisé par nous-mêmes à partir les données de notre enquête

D'après les données des tableaux N°40, 41, 42, 43 et la figure N°12 que :

- les motivations à l'exportation sont essentiellement la recherche des nouveaux marchés « 86% des entreprises enquêtées sont motivé par cette idée » et l'amélioration de la compétitivité « 71% des entreprises sont motivées par cette Idées »
- 71% des entreprises enquêtées n'utilisent aucun model stratégique à l'exportation.
- Les principaux marchés des entreprises exportatrices sont le Maghreb « 86% des entreprises export au Maghreb » suivi par le marché africain « 57% », le marché européen avec 43% et le marché américain avec 29%.
- Les causes de non pénétration de certains marchés étrangers sont essentiellement les problèmes de compétitivité « 86% des entreprises enquêtées rencontrent ce problème » et les problèmes de norme « 57% des entreprises enquêtées rencontrent ce problème »

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

Cette partie nous a permis de conclure que peu d'entreprise utilise un model stratégique lors des exportations, et que la majorité de ces entreprise ont un problème de compétitivité et des difficultés par rapport aux normes et aux exigences, qui frein leur développement à l'international.

B- Les contraintes

Dans cette partie nous allons traiter les obstacles rencontré lors des exportations, voir si les produits algériens son compétitif ou non, après on passera aux causes entravant la compétitivité.

Les résultats de cette partie seront traités dans les tableaux suivant :

Tableau N°44 : les obstacles rencontrés lors des exportations

Obstacles lors des exportations	Nombres	(%)
Obstacles internes	6	86%
Obstacles externes	5	71%
Obstacles informationnels	1	14%
Obstacles opérationnels	5	71%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir les données de notre enquête

Tableau N°45 : la compétitivité des produits des entreprises enquêtées

Avis sur la compétitivité	Nombres	(%)
Oui	3	43%
Non	4	57%
Total	7	100%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir les données de notre enquête

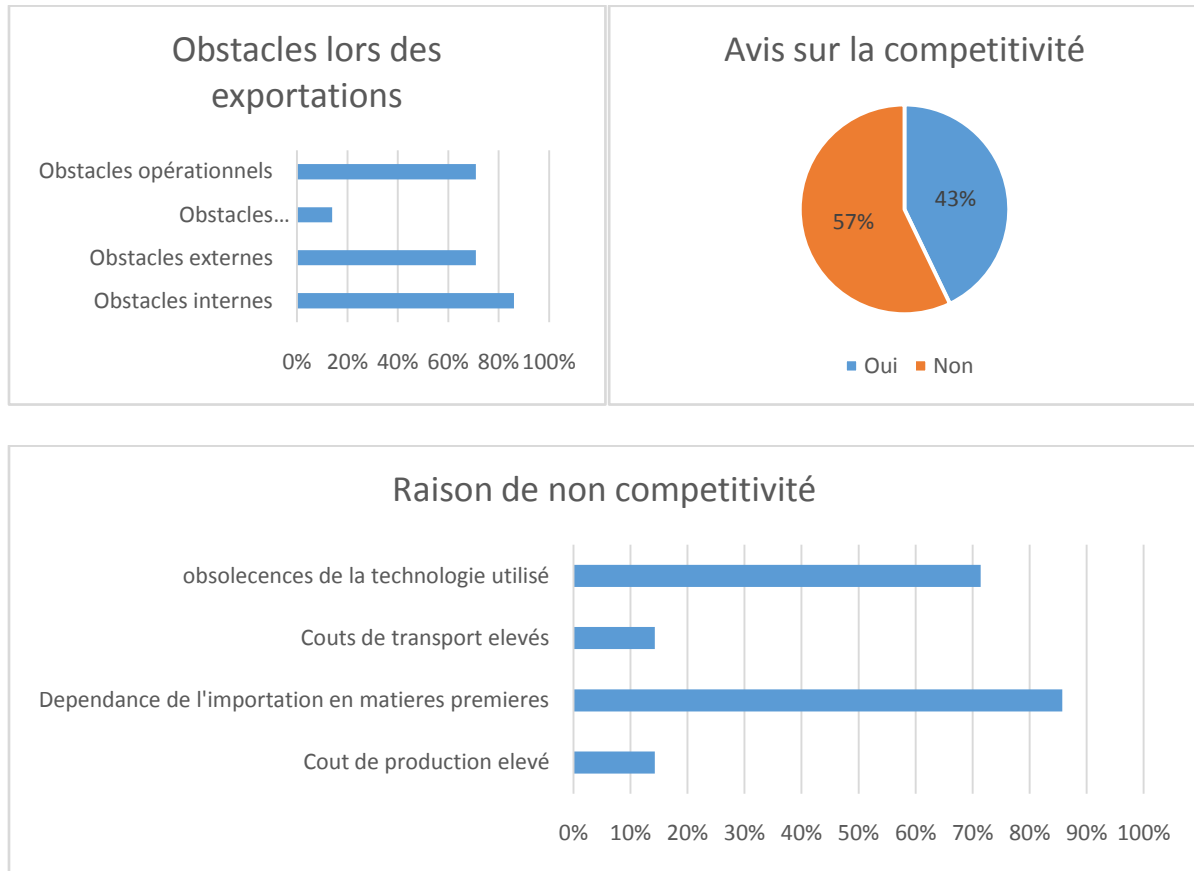
Tableau N°46 : raisons de non compétitivité

Raison de non compétitivité	Nombres	(%)
Couts de production élevés	1	14%
Dépendance de l'importation en matières premières	6	86%
Couts de transport élevés	1	14%
obsolescences de la technologie utilisée	5	71%

Source : Réalisé par nous-mêmes à partir les données de notre enquête

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

Figure N°13 : représentation graphique des données des tableaux N°44, 45 et 46



Source : Réalisé à partir les données du tableau N° 44, 45 et 46

D'après les données des tableaux N°44, 45 ,46 et la figure N°13 nous constatons que

- Les entreprises algériennes rencontrent des obstacles freinant leurs processus à l'export, ces obstacles sont principalement internes et externes à l'entreprise, aux quel s'ajoutent les obstacles opérationnels
- La majorité des entreprises enquêtées « 57% » disposent des produits non compétitifs
- Les raisons principales de non compétitivité des produits des entreprises enquêtées sont la dépendance de l'importation en matières premiers « 86% des entreprises rencontrent se problème », et l'obsolescence de la technologie utilisé « 71% des entreprises enquêtées rencontrent ce problème »

Cette partie nous a permis de conclure que la majorité des entreprises enquêtées souffrent d'obstacles internes, externes et opérationnels qui entravent leur processus d'exportation, et que peu d'elles disposent de produits compétitifs, et cela est essentiellement dû à

Chapitre III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia

l'obsolescence de leurs technologies et à la dépendance à l'importation des matières premières qui fait augmenter les coûts de revient des produits exportés.

Conclusion

L'enquête menée auprès des chefs d'entreprise nous a permis à travers notre questionnaire de déduire que les entreprises agroalimentaires exportatrices en Algérie font face à de nombreuses contraintes qui entravent leurs activités d'exportation.

Les deux premières parties de notre questionnaire nous ont permis de constater que toutes les entreprises exportatrices sont soit des moyennes entreprises ou grandes entreprises privées et que leur majorité évolue dans un environnement complexe ayant un impact négatif sur leur démarche à l'exportation.

Quant aux deux dernières parties du questionnaire, elles nous ont permis de déterminer les facteurs internes « degré de l'innovation, la dépendance de l'importation en matières premières » et externes « l'environnement des affaires complexe » à l'entreprise qui freinent l'activité de l'exportation.

Conclusion générale

Conclusion Générale

Conclusion générale

L'enquête que nous avons effectuée, nous a permis de déterminer les facteurs qui pourraient augmenter ou diminuer les capacités d'exportation des entreprises agroalimentaires algériennes.

Bien que, la taille de notre échantillon soit réduite et sa population soit prise à partir d'une seule région qui est la wilaya de BEJAIA, celles-ci relèvent néanmoins du même contexte, que celui de l'Algérie. A cet effet, nous généralisons les résultats de notre étude, en considérant que toutes les entreprises agroalimentaires exportatrices en Algérie, ont une tendance plutôt similaire en ce qui concerne leurs activités d'exportations.

En ce sens, nous pouvons conclure notre travail de recherche en répondant aux questions qui ont fait l'objet de notre problématique et c'est ainsi que nous vérifierons les hypothèses que nous avons lancé au départ.

- ✓ La majorité des entreprises exportatrices sont d'une taille importante « moyennes et grandes entreprises » qui évoluent dans un environnement complexe décourageant ainsi leur démarche à l'exportation.
- ✓ L'Etat joue un rôle dans la stimulation du processus d'exportation en créant des organismes accompagnateurs, mais ces derniers n'encouragent pas la majorité des entreprises enquêtées, à cause de leurs complexités
- ✓ Le rôle de l'Etat en faveur des entreprises exportatrices algériennes demeure marginal, du fait que ces dernières rencontrent toujours des obstacles décourageants sur le plan réglementaire et administratif,
- ✓ La dépendance des entreprises agroalimentaires exportatrices des importations en matières premières augmente leurs coûts de production rendant leurs produits non compétitifs du point de vue prix.
- ✓ L'obsolescence de la technologie utilisée et le manque d'innovation rendent les produits algériens non compétitifs
- ✓ La vision des dirigeants ne favorise pas le développement de la démarche d'internationalisation, la majorité procède à l'exportation sans aucune stratégie d'internationalisation.

Conclusion Générale

L'ensemble de ces résultats, issus de notre enquête confirme nos hypothèses, car l'environnement des affaires en Algérie « réglementation, institution et administration », et les facteurs internes à l'entreprise « la dépendance en matières premières, Degré d'innovation et le profil des dirigeants » constituent deux déterminants importants qui pourraient contribuer à l'évolution ou la régression des exportations agroalimentaires en Algérie.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages

- Mourad BOUKELA, « les industries agroalimentaire en Algérie » Edition CREAD et SIHEAM 1996.
- BERNARD A. CARLIER H. - *Aspects nutritionnels des constituants des aliments. Influence des technologies*. Les cahiers de l'ENSBANA - 2010. Tec Doc LAVOISIER, PARIS.
- MALASSIS, Louis. Economie agroalimentaire, Tome I, Cujas, 1989.
- J.L. MULTON & G.BUREAU Coordonnateurs ; L'emballage des denrées alimentaires de grande consommation, Collection : Sciences et techniques agroalimentaires.
- Laurent L'évêque, Stephane Mathieu, « management intégré dans l'agroalimentaire » "les clés de réussites", Edition : Afnor, paris, 2002.
- MALASSIS (L), GHERSI (G), initiation à l'économie agroalimentaire, Edition : HATRIER, 1992
- GHERSI (G), BENCHARIF (G), Système et offre agroalimentaire, HATRIER, 1992
- AUDROING, Jean-François, les industries agro-alimentaires, édition economica, paris 1995

Thèses

- BEZTOUH Djaber. Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : quelles contraintes et quelles stratégies pour leur développement
- R. Abdenour et autre, « le défi de la qualité pour les entreprise national exportatrice », mémoire, INC, 2007
- CHERIET Foued, Maître de conférences, UMR 1110 MOISA, Montpellier Sup Agro, F-34 Montpellier- France
- BOUDI Melkhir, « étude empirique », Maître-assistante à l'Université Mouloud Mammeri de TiziOuzou
- CHEHAT Foua ,étude empirique, Professeur à l'INRAA Alger

Articles et Revues

- M. Yvon COLLIN, rapport d'information *au nom de la délégation sénatoriale à la prospective sur le défi alimentaire à l'horizon 2050*
- Fellows, P.J. and Hampton, A., 1991. Small Scale Food Processing - a guide to appropriate equipment. IT Publications, Londres.
- Performances et compétitivité des exportations des filières phares du secteur agroalimentaire marocain.
- *Alternatives Internationales Hors-série* n° 015 - mai 2014
- Direction de la Promotion des Exportations, 10 Mars 2007
- Agence de promotion de l'industrie et de l'innovation en Tunisie, Les industries agroalimentaires en Tunisie, Edition 2014,
- COMMUNICATION DE Monsieur Mohamed BENNINI Directeur Général d'ALGEX « RENCONTRE AVEC LES EXPORTATEURS » Lundi 12 Novembre 2007
- Mourad BOUKELLA, « les industries agroalimentaires en Algérie », Edition CREAD et CIHEAM, 1996.
-
- Compétitivité de la filière huile d'olive en Algérie : cas de la wilaya de Bejaia/ Les cahiers du CREAD n°105/106-2013
- TOUARI Sihem, Technopoles Agroalimentaires en Algérie – Perspectives et Défis
- PROBLEMATIQUE DU DEVELOPPEMENT DES INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES EN ALGERIE. European Scientific Journal January 2015 Edition vol.11, No.3 ISSN: 1857
- direction des mines et de l'industrie

Documents statistiques

- Département des Statistiques des Echanges Extérieurs
- INS Tunisie institut national des statistiques
- Agence de promotion de l'industrie et de l'innovation en Tunisie
- office des changes marocain
- collection statistiques N° 194/2015
- les comptes économiques 2000 à 2014 N° 709

- Collections Statistiques N° 180/2013 « L'ACTIVITE INDUSTRIELLE ANNEE 2012 »
- CNUCED statistique
- activité, emploi et chômage en septembre 2015 N° 726
- direction de l'industrie et des mines
- Annuaire statistique de la wilaya de Bejaia 2014..

Site internet

- <http://www.agri-outlook.org>
- <http://unctadstat.unctad.org>
- <http://agriculture.gouv.fr>
- <http://www.carnegieendowment.org>
- <http://www.oc.gov.ma>
- www.alternatives-internationales.f
- <http://www.ins.tn>
- www.ons.dz
- <http://www.andi.dz/>
- <http://www.cagex.dz/prsentation>
- <http://www.mincommerce.gov.dz>
- <http://exportateur-algerie.org/presentation-anexal>

Décrets et lois

- Loi n°04-174 du juin 2004
- Loi n°96-205 du 05 juin 1996.
- Loi N° 90/31 du 24 décembre 1990
- l'article 4 de l'ordonnance N° 96/06du 10/01/1996. Relative à Alex

Université Abderrahmane Mira de Bejaia
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Commerciales

Questionnaire

Sous la direction de : Melle TOUATI Karima

Préparé par : BRADAI Amirouche

CHELOUAH Nadir

Objet du questionnaire

Afin de nous aider à réaliser notre mémoire de Master en Finance et commerce internationale, intitulé « *Analyse des déterminants des exportations du secteur agroalimentaire en Algérie, Enquête auprès des entreprises de Bejaia* », nous vous prions de bien vouloir remplir le présent questionnaire. A cet effet, nous vous assurons l'anonymat et la confidentialité des informations collectées, qui ne seront utilisées qu'à des fins scientifiques.

Nous vous remercions pour votre collaboration.

Axe 1 : Informations générales et profil de l'entreprise

- 1- Dénomination de l'entreprise.....
- 2- Date de création de l'entreprise.....
- 3- Raison sociale et localisation :.....
Wilaya.....
Commune.....
- 4- Forme juridique :
SARL EURL SPA SNC
- 5- Capital initial de l'entrepriseDA
- 6- Dans quelle branche d'agroalimentaire êtes-vous spécialisé ?
.....
- 7- L'effectif de l'entreprise est :
Micro entreprise (1 à 9 salariés)
Petite entreprise (9 à 49 salariés)
Moyenne entreprise (49 à 250 salariés)
Grande entreprise \geq (250)

Axe 2 : L'entreprise et son environnement

- 8- Comment se caractérise :
A- Le macro environnement « institutionnel, politique, social » dans lequel évolue votre entreprise ?
Très complexe Complexe
Un peu complexe Pas du tout complexe
B- Le micro environnement « Client fournisseurs concurrent » dans lequel évolue votre entreprise ?
Très complexe Complexe
Un peu complexe Pas du tout complexe
- 9- La relation de votre entreprise avec son :
A- macro environnement est-elle :
Bonne Moyenne Mauvaise
B- micro environnement est-elle :
Bonne Moyenne Mauvaise
- 10- Selon vous, l'environnement interne et externe, a-t-il un impact sur les opérations d'export ?
Oui Non

Axe 3 : Les dispositifs de soutien aux exportations agroalimentaire

11- Plusieurs dispositifs d'aide pour la promotion d'exportation hors hydrocarbure ont été créés, ces dispositifs ont-ils contribué depuis leur apparition à accroître vos exportations ?

Oui Non

Si oui, lesquels de ces organismes avez-vous sollicités et de quoi avez-vous bénéficié ?

CAGEX

- a. La garantie du risque crédit
- b. La garantie des risques de non rapatriement du matériel exposé à l'étranger

ALGEX

- a. réalisation d'études prospectives globales et sectorielles sur les marchés extérieurs
- b. Assistance, Accompagnement et conseils
- c. définition de la stratégie de promotion de vos exportations

FSPE

- a. Remboursement des frais de participation aux foires et expositions à l'étranger
- b. Remboursement des frais de transport à l'exportation

SAFEX

- a. Organisation des foires, salons spécialisés et expositions à caractère national, international, local et régional
- b. Organisation de la participation algérienne aux foires et expositions à l'étranger
- c. Assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international

Autres

Précisez.....

Dans le cas d'exportation sans que vous ayez sollicité ces organismes, cité en haut, quels sont les causes de votre obstination ?

Procédures compliqués et difficiles à y accéder

Vous n'êtes pas intéressés

Les aides ne sont pas intéressantes

Autres

Précisez.....

12- Plusieurs PME ont bénéficié du programme de mise à niveau, êtes-vous informés de ce programme ?

Oui Non

13- Êtes-vous informés sur le Plan National d'Appui aux Industries Agro-Alimentaires (PNDIAA) qui consiste en la création des technopôles ?

Oui Non

Connaissez-vous les avantages que procurent ces technopôles ?

Oui Non

Etes-vous intéressé par la création d'un technopôle dans la wilaya de Bejaia ?

Oui Non

14- Selon vous, quelle est la mesure ou le dispositif qui pourra vous procurer une meilleure opportunité à l'export ?

.....

Axe 4 : motivations et contraintes à l'exportation

15- Quelles sont les motivations justifiant vos activités d'internationalisation ?

La recherche de nouveaux marchés

La répartition des risques entre plusieurs pays

L'accès à des environnements réglementaires plus favorables

L'amélioration de la compétitivité de l'entreprise

16- Duquel modèle stratégique d'internationalisation vous vous êtes inspiré lors des exportations ?

UPPSALA

I-MODELE « le modèle de l'internationalisation par l'innovation »

Aucun

17- Quel sont vos principaux marchés ?

Maghreb Autres pays africain

Européen Asiatique

Sud-américain Nord-américain

18- Pour quoi vous n'exportez pas dans d'autres marchés ?

Problème financier Problème de normes

Problème de compétitivité Autres

19- Quels sont vos principaux concurrents ?

.....

20- Pensez-vous que certaines caractéristiques relatives à votre entreprise vous ont aidé à développer votre activité d'exportation ?

Oui Non

Si oui, lesquelles et de quelle manière ?

.....

21- Quels sont les principaux obstacles qui vous bloquent lors des opérations d'exportation ?

- a. Obstacles internes à l'entreprise (faible capacité de production, compétences du personnel insuffisantes, ressources et capitaux faibles, absence de motivation du personnel et du dirigeant, qualité du produit face aux produits étrangers, autres..... précisez.....)
- b. Obstacles externes à l'entreprise (faible assistance et aide de l'Etat, problème de financement, compétition et concurrence internationale accrue, autre..... précisez)
- c. Obstacles opérationnels (procédure administrative complexe, coûts de transport élevés, autres précisez.....)
- d. Obstacles informationnels (différence linguistique, éloignement géographique, différence culturelle/mode de vie et de consommation, autres... précisez.....)

22- Vos produits sont-ils compétitifs du point de vue prix ?

Oui Non

Si Non, pour quel raison ?

Coûts de production élevés

Importation de matière première à des coûts élevés

Coûts de transport élevés

L'obsolescence de la technologie utilisée

Merci

Liste des tableaux et les figures

Tableau N° 01 : les principaux groupes dans l'industrie agroalimentaire dans le monde (2015).

Tableau N° 02 : Les principaux pays exportateurs dans le secteur agroalimentaire, les chiffres sont en millions de Dollars.

Tableau N° 03 : Les différents procédés de transformation.

Tableau N° 04 : évolution du nombre de firmes agroalimentaires dans le top 100 mondial.

Tableau N° 05 : Flux des IDE entrants dans les différentes économies en pourcentage.

Tableau N° 06 : Les principaux pays émergents exportateurs des produits agroalimentaires.

Tableau N° 07 : Consommation alimentaire par habitant de 1999 à 2050 (kcal/personne/jour)

Tableau N° 08 : Evolution des importations alimentaires des principaux pays consommateurs. Les chiffres sont en millions de Dollars des États-Unis.

Tableau N° 09 : Evolution démographique entre 2009 et 2015

Tableau N° 10 : les importations et les exportations du secteur agroalimentaire du Maroc.

Tableau N° 11 : Evolution de la démographie des entreprises de l'IAA.

Tableau N° 12 : Evolution de la production et de la valeur ajoutée de l'IAA

Tableau N° 13 : Evolution des échanges dans le secteur de l'IAA

Tableau N° 14 : Répartition des exportations des produits alimentaires en Tunisie.

Tableau N° 15 : Evolution des exportations de l'huile d'olive 2008/2012.

Tableau N° 16 : Evolution de la valeur ajoutée de l'industrie agroalimentaire en Algérie de 2007 à 2015.

Tableau N° 17 : répartition (%) par secteur Juridique de la VA du secteur Industries Agroalimentaires.

Tableau N° 18 : Les réalisations en production brute et en valeur ajoutée pour les différentes industries hors hydrocarbures en 2014

Tableau N° 19 : Répartition de la population occupée selon les secteurs d'activité et le sexe.

Tableau N° 20 : les parts de l'emploi pour les différentes activités industrielles hors hydrocarbure.

Liste des tableaux et les figures

Tableau N° 21 : Echanges extérieurs des aliments et boisson 2013/2014.

Tableau N° 22 : Evolution des exportations de marchandises selon le secteur d'activité.

Tableau N° 23 : Evolution des importations des produits alimentaire et boisson 2010/2014.

Tableau N° 24 : les principaux produits agroalimentaires exportés.

Tableau N° 25 : Répartition de la population selon la dispersion géographique.

Tableau N° 26 : Estimation de l'emploi dans la wilaya des Bejaia.

Tableau N° 27 : Population active occupée par grand secteur de la wilaya de Bejaia.

Tableau N° 28 : Répartition des entreprises et de l'emploi selon les branches de l'industrie.

Tableau N° 29 : Répartition des différentes tailles d'entreprises industrielles de la wilaya de Bejaia selon les branches de l'industrie

Tableau N° 30 : Les entreprises agroalimentaires exportatrices dans la wilaya de Bejaïa.

Tableau N° 31 : Répartition des entreprises exportatrices de la wilaya de BEJAIA selon la forme juridique.

Tableau N° 32 : Répartition des entreprises exportatrices selon leur Taille

Tableau N° 33 : La répartition des entreprises enquêtées selon « branche d'activité, nature et statut juridique, et leurs tailles »

Tableau N° 34 : Répartition des entreprises enquêtées selon les caractéristiques de l'environnement dans lequel elles évoluent

Tableau N° 35 : réponse des entreprises enquêtées sur l'impact de l'environnement sur les exportations

Tableau N° 36 : La contribution des aides à la croissance des exportations pas entreprise

Tableau N° 37 : type d'aide reçu pas les entreprises

Tableau N° 38 : Cause de non exploitation de certains aides

Tableau N° 39 : Réception de l'information par les entreprises concernant les plans de relances

Tableau N° 40 : les motivations à l'exportation

Tableau N° 41 : le model stratégique à l'exportation utilisé par les entreprises enquêtées

Tableau N° 42 : les principaux marchés des entreprises exportatrices

Tableau N° 43 : Causes de non pénétration d'autres marchés

Tableau N° 44 : les obstacles rencontrés lors des exportations

Tableau N° 45 : la compétitivité des produits des entreprises enquêtées

Tableau N° 46 : raisons de non compétitivité

Liste des figures

Figure N° 01 : Représentation des parts d'exportations des 10 premier pays exportateurs pour l'année 2015.

Figure N° 02 : Représentation graphique l'évolution du nombre de firmes agroalimentaires dans le top 100 mondial.

Figure N° 03 : Avantage comparatif des agrumes pour le Maroc et les principaux pays concurrents en 2012.

Figure N° 04 : Evolution de la valeur ajoutée de l'industrie agroalimentaire en Algérie de 2007 à 2015.

Figure N° 05 : représentation graphique des parts de l'emploi pour les différentes activités industrielles hors hydrocarbure.

Figure N° 06 : Evolution des importations des produits alimentaire et boisson 2010/2014.

Figure N° 07 : Répartition des entreprises enquêtée selon statut juridique, daille d'entreprise et branche d'activité

Figure N° 08 : Répartition des entreprises enquêtées selon les caractéristiques de l'environnement dans lequel elles évoluent

Figure N° 09 : Avis des entreprises enquêtées sur l'impact de l'environnement sur les exportations

Figure N° 10 : Résultat de la première partie sur les dispositifs de soutien aux exportations

Figure N° 11 : Réception de l'information par les entreprises concernant les plans de relances

Figure N° 12 : Représentation graphique des données des tableaux N°40, 41, 42 et 43

Figure N° 13 : représentation graphique des données des tableaux N°44, 45 et 46

Liste des abréviations

Liste des abréviations

IAA : industrie agro-alimentaire

CNUCED : conférences des nations unies sur commerce et le développent

MAP : Emballage sous atmosphère modifiée

OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques

FAO : Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture

IDE : investissement directe étrangères

PME : petite et moyen entreprise

DH: Dirham Marocain

UE: Union Européen

Mds : Milliards

Moy : moyenne

INS : Tunisie institut national des statistiques

B.T.P : bâtiment et des travaux publics

CAGEX : Compagnie Algérienne d' Assurance et Garantie des exportations

ALGEX : Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur

FSPE : Fonds Spécial de Promotion des Exportations

ANEXAL : Association Nationale des Exportateurs Algériens

SAFEX : La société Algérienne des Foires et Exportations

FNRDA : Le Fonds National de Régulation et Développement Agricole

ASMEX : Association Marocaine des exportateurs

NAED : Nord-Africain Entreprise Développement

S F I : Société Financière Internationale

PNDIAA : Plan National d'Appui aux Industries Agro-alimentaires

ONUDI : Organisation des Nations-Unis pour le développement industriel

AAC : Algérien agro céréales

GIPA : La garantie individuelle du pouvoir d'achat

CNIS : centre national de l'information et des statistiques

DA: dinar Algérien

FAA: filière agroalimentaire

FAO: food and agriculture organization

ISMMEE: industries. Sidérurgique. Métalliques. Mécanique et électroniques.

ONS: office National des statistiques

PB: produit brut

PIB: produit Intérieur brut

PNB: produit national brut

PIBHH: produit intérieur brut hors hydrocarbure

SAA: système agro-alimentaire

VA : valeur ajouter

DMI : direction des mines et de l'industrie

Table des matières

Table des matières

Introduction Générale	01
CHAPIRE I : Présentation du marché agroalimentaire mondial et régional05
Introduction	05
Section 1 : L'industrie agroalimentaire mondiale.....	05
1-1 Définition du concept.....	05
1-2 Les principaux producteurs dans le secteur IAA.....	06
1-3 Les technologies utilisées dans l'industrie agroalimentaire.....	08
1-3-1 La conservation	08
1-3-2 La Transformation	10
1-3-3 Le conditionnement	11
1-3-4 Les perspectives agricoles selon l'OCDE et la FAO	13
1-5 L'Industrie Agroalimentaire dans les Pays émergents.....	16
Section 2 : Les principaux consommateurs agroalimentaires.....	19
2-1 Evolution de la croissance démographique des principaux consommateurs agroalimentaires	21
2-2 L'importance du marché des pays du Golf.....	22
2-2-1 Les causes de la stratégie de la sécurité alimentaire.....	22
2-2-2 La stratégie suivie pas les pays du golf.....	23
Section 3 : L'industrie agroalimentaire au Maghreb	23
3-1 l'industrie agroalimentaire au Maroc.....	23
3-1-1 l'importance de ce secteur dans l'économie marocain	24
3-1-2 Production et balance commerciale du secteur agroalimentaire au Maroc	24
3-1-3 Les principaux marchés Marocains des produits agroalimentaires.....	25
3-1-4 Plan et projection de l'état marocain	26
3-2 l'industrie agroalimentaire en Tunisie.....	29

3-2-1 Démographie des entreprises dans le secteur de l'IAA.....	29
3-2-2 La valeur ajoutée du secteur de l'IAA.....	30
3-2-3 Les échanges dans le secteur de L'IAA.....	31
3-2-4 Répartition des exportations des principaux produits alimentaires	31
3-2-5 Stratégies et perspective du secteur IAA.....	32
Conclusion	33
CHAPITRE II : les exportations du secteur agroalimentaire en Algérie	35
Introduction	35
Section 1 : Importance de l'industrie agroalimentaire en Algérie	35
1-1 La part des IAA dans la production brute et la formation de la Valeur ajoutée	35
1-1-1 Evolution de la valeur ajoutée de l'industrie agroalimentaire en Algérie.....	35
1-1-2 La part des IAA dans la production brute	36
1-1-3 Création de la valeur ajoutée	38
1-2 Créations d'emplois	39
1-3 Les échanges commerciaux dans le secteur agroalimentaire algérien.....	40
1-3-1 La contribution au développement des exportations.....	41
1-3-2 Les importations dans le secteur agroalimentaire en Algérie	42
Section 2 : les exportations des différentes filières agroalimentaires	43
2-1 Les dispositifs d'aide et de soutien aux exportations hors hydrocarbures	44
2-1-1 Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur « ALGEX ».....	44
2-1-2 Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportation « CAGEX »...	44
2-1-3 La société Algérienne des Foires et Exportations « SAFEX ».....	45
2-1-4 Le Fonds Spécial de Promotion des Exportations « FSPE ».....	46
2-1-5 Le Fonds National de Régulation et Développement Agricole « FNRDA ».....	47
2-1-6 Association Nationale des Exportateurs Algériens « ANEXAL ».....	47
2-1-7 Le couloir vert	48
2-1-8 Le programme OPTIMEXPORT.....	48

2-2 Compétitivité de l'industrie agroalimentaire et création de technopole	50
2-2-1 La compétitivité : concepts et déterminants.....	50
2-2-2 Création de technopole	51
Section 3 : Les facteurs empêchant le développement des exportations agroalimentaires	55
3-1 Les contraintes liées à la production.....	55
3-2 Les contraintes liées au financement	55
3-3 Contraintes liées à la logistique	56
3-4 Autres Contraintes	56
Conclusion.....	57
CHAPITRE III : Etude des déterminants des exportations des industries agroalimentaires de la wilaya de Bejaia	59
Introduction	59
Section 1 : Présentation du terrain de l'enquête et de son secteur agroalimentaire.....	59
1-1 Aperçu global sur le territoire de l'étude « la wilaya de Bejaia ».....	59
1-1-1 Situation géographique et ressources naturelles.....	60
1-1-2 Potentialité économique et infrastructures de base	61
1-2 Présentation de l'industrie agroalimentaire de Bejaia	62
Section 2 : Etudes empiriques effectuées dans le secteur agroalimentaire de Bejaia	65
2-1 Présentation d'une étude empirique, déjà effectuée	65
2-1-1 Objectif de l'étude	65
2-1-2 Présentation de la méthodologie suivie.....	66
2-1-3 les résultats obtenus par ce travail.....	66
2-2 Présentation des entreprises agroalimentaires exportatrices de la wilaya de Bejaia.....	66

2-2-1 Les entreprises agroalimentaires exportatrices selon leurs spécialisation.....	67
2-2-2 Les entreprises agroalimentaires exportatrices selon leur forme juridique	68
2-2-3 Les entreprises agroalimentaires exportatrices selon leur taille.....	68
Section 3 : Présentation de la démarche méthodologique de l'enquête.....	69
3-1 Objectif et méthodologie de la recherche	69
3-1-1 Objectif de l'enquête du terrain.....	69
3-1-2 Population et échantillon.....	69
3-1-3 Méthodologie de l'enquête du terrain.....	70
3-2 Confection du questionnaire.....	70
3-2 Analyse et interprétation des résultats de l'enquête.....	71
3-3-1 Information général et Profil des entreprises enquêtées.....	71
3-3-2 l'entreprise et son environnement	73
3-3-3 Les dispositifs de soutien aux exportations.....	75
3-3-4 motivation et contrainte à l'export.....	78
Conclusion.....	83
Conclusion Générale	85
Référence Bibliographique	
Annexe	
Tableaux	
Figure	
Liste des abréviations	
Table de matières	
Résumé	

Résumé

L'intérêt apporté au secteur agroalimentaire a créé au fil des années un marché très compétitif et exigeant en terme de prix et qualité, obligeant ainsi les producteurs à innover sans cesse pour faire face à la concurrence, et répondre aux exigences du marché mondiale.

L'Algérie étant un pays mono exportateur avec une économie vulnérable et fragile a pris des mesures pour diversifier ses exportations hors hydrocarbures notamment les exportations agroalimentaires. Dans notre travail nous avons traité le secteur de l'industrie agroalimentaire algérien, notre choix s'est porté sur ce secteur vu son importance dans l'économie algérienne.

Le présent travail a pour but d'analyser les déterminants des exportations du secteur agroalimentaire en Algérie, en effectuons une enquête auprès des entreprises agroalimentaires exportatrices de la wilaya de Bejaia. Ce qui nous permettra de tirer profit de leur expérience, et d'identifier les difficultés auxquelles seront confrontées les entreprises qui voudraient exporter.