

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 : Commerce International et Logistique

Thème

Intitulé du thème :

**Étude exploratoire sur les exportations hors hydrocarbures entre
Facilités et contraintes**

Réalisé par :

M^{elle} Fouzia BETTACHE

M^{elle} Narimane BETTACHE

Devant le jury composé :

Président : M^f BOUZIDI.Z

Encadreur : D^r Fahima TIAB

Examinatrice : M^{me} MOUSSI.F

Septembre 2020

Remerciements

Au terme de ce travail, nous tenons à remercier Dieu le tout puissant de nous avoir donné le courage, la volonté et la patience pour achever ce travail.

Nous avons l'honneur et le plaisir de présenter notre profonde gratitude et nos sincères remerciements tout particulièrement à notre encadreur **Mme TIAB Fahima**, pour sa précieuse aide, ses conseils avisés, ses orientations et le temps qu'elle nous a accordée pour notre encadrement durant cette période de pandémie du Covid-19.

On adresse aussi nos vifs remerciements aux membres du jury pour avoir bien voulu examiner et expertiser ce travail.

Nous remercions également tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'achèvement de notre travail.

Dédicace

Je dédie ce travail :

À mes très chers parents qui m'ont soutenu et encouragé tout au long de mon cursus d'étude en leurs souhaitant une très longue vie ;

À mes très chers frères Yazid, Adel, et Rayane pour leur appui et leur encouragement, que ce travail soit l'accomplissement de vos vœux tant allégués, et le fruit de votre soutien infailible, d'être toujours là pour moi ;

À mon fiancé pour ses encouragements ;

À toute ma famille Bettache et Oussalah ;

À ma copine que je considère comme ma sœur avant d'être binôme Narimane avec qui j'ai eu le plaisir de réaliser ce travail, que de réussite dans ta vie personnelle et professionnelle ;

À toute la promotion CIL.

Fouzia

Dédicace

Je dédie ce travail,

À mes chers et admirables parents, qui ont toujours été présents pour moi et qui m'ont toujours soutenu dans ma vie ;

À mes chers frères ABDELHAK, AZZEDDINE et ma belle sœur KARIMA ;

À ma très cher sœur NASSIBA et son époux ZOUHIR

À mes chers neveux ADEM, AXIL, MATYS et ma cher nièce ANNA ;

À toute ma famille BETTACHE ET ZENADJI ;

À mes copines LYDIA, YASMINE , pour leurs soutiens moraux, et conseils ;

À ma chère binôme FOUZIA, que je considère comme ma sœur pour tous les bons moments qu'on a passés ensemble, ta patience, et ta persévérance ce fut un plaisir de travailler avec toi ;

À tous les étudiants de la promotion CIL

NARIMANE

Liste des Abréviations

AGI : Autorisation Globale d'Importation

ALGEX : Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur

B to B: Business to Business

CAAR : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance

CACI : Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie

CAGEX : Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations

CCR : Compagnie Centrale de Réassurance

CFR: Cost and Freight

CNIS : Centre National de l'Informatique et des Statistiques

CNMA : Caisse Nationale de Mutualité Agricole

CIF: Cost, Insurance and Freight

CIP: Carriage and Insurance Paid to

CPT: Carriage Paid To

D/A : Document contre Acceptation

DAP: Delivered at Place

DAT: Delivered at Terminal

DDP: Delivered Duty Paid

DPU: Delivered at Place Unloaded

D /P: Document contre Paiement

EDE: Echange de Données Informatique

ESSEC : Ecole Supérieur des Sciences Economiques

EPAL : Entreprise Portuaire d'Alger

EXW : EX Works

FAS: Free a Alongside Ship

FCA: Free Carrier

FOB: Free On Bord

FMI : Fonds Monétaire International

FSPE : Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations

GPA : Groupements Professionnel d'Achat

GZALE: Grande Zone Arabe de Libre Echange

IDE : Investissement Direct Etranger

ITA : International Transport Association

LCSB : Luxembourg Centre for Systems Biomedicine (Centre luxembourgeois de biomédecine des systèmes)

OMC : Organisation Mondiale du Commerce

ONACO : Office National de la Commercialisation

ONAFEX : Office National Algérien des Foires et Expositions

ONU : Organisation des Nations Unies

PGI : Programme Général d'Importation

PME : Petite ou Moyenne Entreprise

RUU : Règles et Usances Uniformes

SAA : Société Nationale d'Assurance

SAFEX : Société Algérienne des Foires et Expositions

SBLC : La lettre de crédit standby

SCEA : Société Civile d'Exploitation Agricole

SCI : Société de Commerce International

SWOT : Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces

TIC : Taxe Intérieure de Consommation

TPD : Titre de Passage en Douanes

4P : Produit, Prix, Place, Promotion

Liste des figures

Figure 1: La technique de paiement contre remboursement	26
Figure 2: Les neuf étapes de la remise documentaire	27
Figure 3: La chaîne logistique (supply Chain)	40
Figure 4: Les quatre composantes de la logistique internationale	45
Figure 5: Facteurs contribuant au développement de la logistique internationale.....	46
Figure 6: Les importations par groupes d'utilisation au cours des onze mois de l'année 2018-2019.....	71
Figure 7: Evolution de la balance commerciale au cours des onze mois 2018-2019.....	76
Figure 8: Taux de croissance des importations par zone géographique (en %)durant les onze mois2018-2019.....	78
Figure 9: Taux de croissance des importations par zone géographique (en %) durant les onze mois 2018-2019.....	81
Figure 10: Parts des principaux clients (en % du total des exportations) durant les onze mois 2018-2019.....	84
Figure 11: L'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie de 2017 à 2019.	88
Figure 12: La répartition des entreprises enquêtées selon le mode utilisé à l'exportation ...	103
Figure 13: La répartition des entreprises enquêtées selon le mode utilisé à l'exportation ...	104
Figure 14: Les risques liés à l'exportation	105
Figure 15: La répartition des entreprises enquêtées selon le bénéficié des mesures d'aide à l'exportation	108
Figure 16: Les entreprises on ayant bénéficié d'aide des organismes	109

Liste des tableaux

Tableau 1: Les avantages et les inconvénients de la remise documentaire	28
Tableau 2: Les Credoc irrévocables.....	29
Tableau 3: Les caractéristiques de la lettre de crédit stand-by	30
Tableau 4 : La famille des incoterms	51
Tableau 5: Les modes de transport, leurs caractéristiques techniques, leurs avantages et inconvénients.....	56
Tableau 6: Les modes de transport, leurs caractéristiques techniques, leurs avantages et inconvénients.....	60
Tableau 7: Présentation des opérations physiques ainsi que les obligations du vendeur et de l'acheteur et les documents approprié	61
Tableau 8: Evolution de la répartition des importations par Groupes d'Utilisation.	69
Tableau 9: Evolution des exportations pendant les onze mois 2018-2019.....	72
Tableau 10: Evolution des exportations hors hydrocarbures par Groupes d'Utilisation.	73
Tableau 11: Evolution de la balance commerciale de l'Algérie	75
Tableau 12: Echanges commerciaux de l'Algérie (import-export) Période : onze mois 2018-2019.....	77
Tableau 13: Les principaux pays fournisseurs de l'Algérie.....	81
Tableau 14: Principaux pays clients de l'Algérie.	83
Tableau 15: L'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie de 2017 à 2019....	88
Tableau 16: Evolution des principaux produits hors hydrocarbures exportés	90
Tableau 17: Présentation du profil des entreprises enquêtées	99
Tableau 18: Représente l'identification des trois échantillons des différentes enquêtes.....	100
Tableau 19: Répartition des entreprises enquêtées selon leur nature juridique	100
Tableau 20: Répartition des entreprises enquêtées selon leur statut juridique	101
Tableau 21: La répartition des entreprises enquêtées selon la destination de leurs produits	102
Tableau 22: Les risques liés à l'exportation	105
Tableau 23: Les obstacles rencontrés lors de l'activité d'exportation	106
Tableau 24: La répartition des entreprises enquêtées selon le bénéficiaire des mesures d'aide à l'exportation.....	107

Sommaire

Liste des abréviations

Liste des figures

Liste des tableaux

Introduction générale..... 1

Chapitre1 : Cadre théorique sur les exportations..... 5

Section 1 : Généralités sur les exportations 5

Section 2 : Identification des risques et la démarche d'exportation 15

Chapitre II : La logistique internationale..... 35

Section 1 : Notions de base relatives à la logistique 35

Section 2 : Généralité sur la logistique internationale 44

Chapitre III : La présentation des exportations hors hydrocarbures en Algérie..... 65

Section 1 : Le contexte algérien 65

Section 2: Les exportations hors hydrocarbures en Algérie 86

Conclusion générale 110

Références bibliographique

Tables des matières

INTRODUCTION GENERALE

Introduction générale

Introduction générale

Le commerce mondial a connu une évolution remarquable dans le cadre de la notion de mondialisation qui a donné un fort souffle à la libre circulation des facteurs de production entre les pays tels que la main d'œuvre, les capitaux, et les nouvelles technologies.

Il est à préciser dans ce cadre que selon les statistiques de l'organisation mondiale du commerce, le volume du commerce international représente environ 26% du PIB mondial en 2019, c'est-à-dire $\frac{1}{4}$ de la production mondiale est vendu hors des frontières nationales.

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

Depuis l'indépendance l'Algérie demeure fortement dépendante des hydrocarbures. En effet les exportations de ces produits contiennent la part la plus importante des exportations globales.

La fragilité de l'économie algérienne tient d'abord à sa dépendance exclusive aux hydrocarbures. Le gaz et le pétrole représentent 60% des recettes budgétaires de l'Etat en 2018, selon la banque mondiale.

Il est primordial pour l'Algérie de promouvoir les exportations hors hydrocarbures afin de diversifier les sources de ses revenus en devises, de garantir les moyens de paiement de ses importations, et de stabiliser la valeur de sa monnaie face aux devises étrangères. En effet, toute baisse de la valeur exportée en hydrocarbures affecte négativement et directement la valeur du dinar algérien sur les marchés de change, ce qui affaiblit son pouvoir d'achat sur les marchés de l'importation, et, par voie de conséquence, affaiblit le pouvoir d'achat des algériens.

La promotion des exportations hors hydrocarbure passe nécessairement par la promotion des entreprises compétitives capables de relever les défis qu'impose la concurrence sur les marchés de l'exportation.

Afin de mettre fin à cette fragilité et de remédier à ce phénomène, l'Etat a mis en place des organismes d'appui et de promotion des exportations, ainsi que des mesures initiatives pour faciliter aux entreprises l'accès aux marchés mondiaux.

Introduction générale

L'activité d'exportation est devenue une nécessité vitale et une exigence incontournable du monde d'aujourd'hui soit pour l'Etat ou pour l'entreprise, elle occupe une place prioritaire dans la dynamisation des économies et le renforcement de leurs positions sur le marché mondial.

D'une manière générale, les entreprises économiques quel que soit la nature de leurs activités (prestation de services, réalisation des produits, revente des produits, production...) cherchent à minimiser les coûts et maximiser les profits afin d'arriver à un niveau précis pour pouvoir concurrencer. Pour mieux gérer toutes les opérations liées au commerce international, la mise en place d'un service logistique est obligatoire pour toutes entreprises qui souhaitent allonger ses échanges au-delà des frontières, la logistique est un élément déterminant de la compétitivité des opérations de commerce international depuis l'acquisition de la matière première jusqu'à l'arrivée aux clients finaux.

L'optimisation de la chaîne logistique permettant notamment la diminution des coûts ainsi que la diminution des délais pour la livraison des marchandises à leurs destinataires.

Cette optimisation ne peut être réalisée qu'avec des intervenants ayant la qualité de professionnalisme. Dans ce cadre la communauté internationale à travers les organisations internationales spécialisées dans le domaine du commerce international a mis en place des cadres, des normes de facilitations communes sur le plan mondial en vue d'exclure toutes les difficultés et les discordances dans le but d'harmoniser le cadre législatif et réglementaire régissant le commerce international et l'unification de l'utilisation des documents commerciaux.

En vue de l'importance du commerce extérieur qui représente 25% du PIB mondial, la mise en œuvre de facilitations commerciales est une nécessité vitale sur tout le processus d'une transaction commerciale à l'international, en commençant par le financement et la garantie de cette transaction, les opérations liées au transport des marchandises et les procédures liées au contrôle et d'organisation.

A ce titre, avec la libéralisation du commerce extérieur l'Algérie s'est retrouvée devant plusieurs problèmes. Elle n'a pas pu mettre à la disposition des sociétés algériennes ou étrangères un climat favorable pour exercer leurs activités export/import. Le manque de l'expérience, d'efficacité, d'efficience et de professionnalisme chez les différents intervenants dans la chaîne logistique à savoir douanes, banque, commerce, transporteurs assurances, les entrepreneurs chargés des activités portuaire, les entrepreneurs, commissionnaire en douane...

Ont été à l'origine de dysfonctionnement au sein des entreprises souhaitant d'exercer l'activité d'exportation.

Introduction générale

A cet égard nous avons jugé nécessaire de répondre à la problématique suivante :

En quoi consistent les facilités octroyées et les entraves que rencontrent les entreprises lors des exportations hors hydrocarbures ?

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

- Quels sont les raisons qui poussent l'entreprise à exporter ?
- L'activité d'exportation rencontre-t-elle des obstacles ?
- Les dispositifs d'aides mis en œuvre par le gouvernement sont-ils suffisants ?

Nous proposons les hypothèses suivantes basées sur des données théoriques :

H1 : La majorité des entreprises Algériennes exportent en raison de développement de ces dernières.

H2 : La logistique représente l'obstacle majeur qui freine le développement des entreprises exportatrices.

H3 : L'aide de l'Etat aux entreprises exportatrices hors hydrocarbures reste insuffisante.

Pour répondre à notre problématique, nous avons adopté la démarche suivante :

- Une recherche documentaire, qui est basé sur des ouvrages, des thèses et mémoires, des communications ainsi des sites internet relatifs à notre thème ;
- L'utilisation des statistiques de l'ONS, du CNIS (Centre National de l'Informatique et des Statistique des douanes) et du Ministère du Commerce pour tracer l'évolution et la structure des exportations hors hydrocarbure de l'Algérie ;
- Pour mieux cerner notre problématique, nous avons réalisé une étude exploratoire documentaire basée sur trois enquêtes effectuées par KASMI, (2015) ; HAMADI (2016) et MAKHLOUF (2017), auprès des entreprises exportatrices au niveau de la wilaya de Bejaia.

Pour répondre à la problématique, le plan de notre travail est structuré en trois chapitres :

D'abord, le premier chapitre est basé sur la recherche bibliographique, portera essentiellement sur la présentation des généralités sur les exportations, dont nous mettrons le point sur la définition, les modes, les raisons ainsi les risques et la démarche liés aux exportations.

La logistique internationale fera l'objet du deuxième chapitre, composé de deux sections, dont la première sert à donner des éclaircissements sur les concepts de base relatives à la logistique. La deuxième, porte des éclaircissements sur l'importance de la logistique internationale, les modes de transport, les risques et assurances liés au transport de marchandises.

Introduction générale

Le troisième chapitre consacré à présenter le commerce extérieur en Algérie, son évolution, et la situation des exportations en Algérie, en particulier les exportations hors hydrocarbures, en déterminant l'état de ces exportations, les différentes contraintes rencontrées ainsi les facilitations et les dispositifs d'aides mis en place par les pouvoirs publics à l'export, le dernier point consiste à traiter une étude exploratoire documentaire basée sur trois enquêtes effectuées auprès des entreprises exportatrices au niveau de la wilaya de Bejaia.

*Chapitre I : Cadre théorique sur les
exportations*

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

Aujourd'hui, l'activité d'exportation est un vecteur important de la croissance économique et du développement du pays : elle permet de couvrir les importations et d'équilibrer la balance de transactions courantes.

L'entreprise qui souhaite exporter à l'étranger, trouve des difficultés liés à la complexité de l'environnement international, de ce fait, l'entreprise doit mettre en œuvre une démarche d'exportation qui limite les risques et évite tout obstacle ou désagrément susceptible de la bloquer.

Le présent chapitre est subdivisé en deux sections, la première section présente des généralités sur les exportations, la deuxième section quant à elle sera consacrée à la démarche d'exportation et aux risques.

Section 1: Généralités sur les exportations

L'activité d'exportation est devenue une exigence incontournable du monde actuel. Elle se caractérise par une évolution très rapide des échanges internationaux dans le monde.

Nous avons divisé cette section en trois points. D'abord, présenter l'activité d'exportation, ensuite les modes d'exportations, enfin les raisons d'internationalisation des entreprises.

1. Définition de l'activité d'exportation

« On entend par l'exportation, la vente à l'étranger d'un produit fabriqué dans un pays d'origine. L'exportation peut être directe ou indirecte » (Mayrhofer, 2007, p:106).

A titre d'exemple, l'encyclopédie économique définit l'exportation comme « *le cadre de commerce extérieur, des biens prélevés dans un pays et transmis à un autre pays, le premier pays étant l'exportateur et le second l'importateur* » (Greenward, 1984, p:861).

Dans les états de la balance de paiements et les comptes économiques nationaux : le terme exportation recouvre souvent les exportations totales de services aussi bien que les exportations de biens. Nous retenons aussi la définition donnée par la comptabilité nationale (SCEA) : «*les exportations comprennent tous les bien neufs ou existants vendus ou non, qui sortent définitivement du territoire économique, ainsi que tous les services rendus par des résidents à des non-résidents, à l'exception des services consommés sur le territoire économique par les ménages non-résidents* » (Boudjema, 1987, p:194).

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

On retient de ces définitions que l'exportation est le fait de céder des produits et/ou services destinés à être commercialisés et vendus sur le marché étranger.

2. Les modes d'internationalisation des entreprises

Les entreprises déterminent leurs modes d'entrée sur les marchés étrangers en fonction de leurs moyens et de leurs objectifs. On distingue trois modes d'entrée : les exportations, les investissements directs à l'étranger IDE et les stratégies par accord.

2.1. Les exportations

Les entreprises peuvent exporter d'une façon directe, indirecte ou en association avec d'autres entreprises.

2.1.1. L'exportation directe

Est mise en œuvre intégralement par l'entreprise. Elle prospecte, négocie et assure directement la gestion logistique et administrative. L'exportation directe peut être mise-en œuvre par des salariés de l'entreprise ou des agents commerciaux, qui sont commissionnés sur les contrats qu'ils permettent de signer. Les entreprises peuvent également établir dans les pays cibles des bureaux de représentation, des succursales ou des filiales commerciales.

Dans le cas de l'exportation directe, l'entreprise conserve une autonomie totale dans sa politique export tout en étant maîtresse, notamment, de son mix marketing. (Buigues et Lacoste, 2011, p:27).

L'exportation directe est faite par l'entreprise elle-même sans intermédiaires. Elle permet à l'entreprise d'éviter les coûts de rémunérations des intermédiaires et de construire un réseau de commercialisation au niveau international.

Selon Bouveret-Rivat et Mercier-Suissa, (2000), l'exportation directe se fait par plusieurs modalités :

- ✓ **L'agent commercial** : dans le pays importateur est un commerçant mandaté par la société exportatrice pour négocier des affaires en son nom et pour son compte ;
- ✓ **Agent importateur** : qui est spécialisé pour certains produits. Il commande, importe et stocke les produits, puis il les vend ;
- ✓ **Importateur distributeur** : est un commerçant localisé à l'étranger, qui achète et vend sous son propre nom (ou sa propre marque) les produits de l'exportateur ;
- ✓ **Le portage** : ça concerne les PME, elles commercialisent leurs produits par le réseau commercial de grandes entreprises.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

2.1.2. L'exportation indirecte

Lorsque l'entreprise opte pour des exportations indirectes, elle fait appel à des intermédiaires qui gèrent tout ou une partie du processus d'exportation. Ces intermédiaires peuvent être des sociétés de négoce international ou des importateurs, qui achètent des produits pour leur propre compte et les revendent ensuite sur les marchés étrangers. (Buigues et Lacoste, 2011).

L'exportation indirecte permet de contourner les difficultés liées à l'exportation directe. Elle se fait par les intermédiaires commerciaux qui ont de la connaissance et l'expérience du marché. Elle offre des avantages à l'entreprise comme la limitation des risques et une pénétration rapide sur le marché.

Les différentes modalités d'exportation indirecte d'après Bouveret-Rivat et Mercier-Suissa (2000, p:77) :

- ✓ **Le commissionnaire** : à la vente est un commerçant qui agit en son propre nom ou sous son nom social, pour le compte de l'exportateur. Il s'occupe de la prospection, la vente, l'expédition des marchandises, les diverses formalités et la facturation ;
- ✓ **Le négociant exportateur** : il s'agit pour son propre compte et achète des produits dont il assume entièrement la responsabilité de commercialisation à l'étranger ;
- ✓ **Une société de commerce international** : une SCI se charge de la vente de produits à l'étranger tout en offrant de nombreux services (stockage, assurances, financement et transfert de technologie) ;
- ✓ **Le contrat de sous-traitance industrielle** : Par le biais de ce contrat, des entreprises d'une taille généralement modeste peuvent livrer des fournitures à des stocks d'ingénierie ou à d'autres entreprises ayant conclu des marchés de livraisons ou de travaux à l'étranger.

2.1.3. L'exportation concertée

L'exportation concertée peut se traduire par des actions collectives à l'exportation ou un contrat de « Piggy back ». Elle permet de répartir les coûts et les risques entre les différents partenaires associés (Mayrhofer, 2007, p:108), Son mécanisme est le suivant:

Selon (Douar, 2015-2016, p:59), les deux modalités les plus connues d'exportation associée, sont le groupement d'exportateurs et le portage :

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

A. Le groupement d'exportateurs

Elles impliquent une collaboration entre plusieurs entreprises qui peut porter sur différentes activités liées à l'exportation telles que :

- ✓ La réalisation d'études de marché ;
- ✓ La représentation commerciale ;
- ✓ La promotion ;
- ✓ Les formalités administratives et le service après-vente.

B. Le portage (piggy back)

Egalement appelé « exportation kangourou », le portage est une forme de coopération commerciale qui consiste à se faire représenter et distribuer par une entreprise étrangère sur le circuit de distribution généralement établi par cette dernière. Le contrat peut porter sur un ou plusieurs marchés géographiques.

2.2. Les investissements directs étrangers IDE

Les IDE consiste en mouvements internationaux de capitaux réalisé par une entité non- résidante prend un intérêt durable dans une entreprise résidante et qu'il existe une relation à long terme entre l'investissement direct et l'entreprise, cette relation est confirmée lorsqu' un investisseur détient au moins 10% du capital social de l'entreprise.

Selon la définition du FMI, l'IDE est un : « *investissement effectué dans le but d'acquérir un intérêt durable dans une entreprise exerçant ses activités sur le territoire d'une économie autre que celle de l'investisseur, le but de ce dernier étant d'avoir un pouvoir de décision effectif dans la gestion de l'entreprise* ». (Bouveret-Rivat et Mercier-Suissa, 2007, p:40).

On peut distinguer six formes d'IDE : la succursale, le bureau de représentation, le partenariat, la filiale, la joint-venture et la sous-traitance

2.2.1. La succursale

La succursale permet à l'entreprise d'assurer une présence permanente ou temporaire sur le marché étranger, il est considéré comme un bureau de représentation pour l'entreprise.

La succursale, « *C'est un service décentralisé de l'entreprise, sans personnalité juridique propre, dont le statut juridique et fiscal dépend des législations nationales* ». (Pasco, 2006, p:34).

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

2.2.2. Le bureau de représentation

Ses tâches sont limitées à la représentation auprès des clients et des pouvoirs publics, la prospection et la coordination d'un réseau d'agents. La vente lui est rarement confiée, est exceptionnellement la gestion de fonction administrative, logistique et financière. (Amziane, 2014, p:77).

2.2.3. Le partenariat

C'est un système qui associe divers partenaires économiques en poursuivant plusieurs objectifs tels que : Renforcer la situation financière de l'entreprise, Innover et améliorer les techniques de recherche, développer et acquérir de nouveaux savoir-faire.

2.2.4. La filiale

C'est une société dont plus de la moitié du capital est détenu par la société mère, mais elle est autonome et dispose d'une personnalité morale propre du pays d'accueil. Cet investissement comprend aussi la forme d'acquisition d'une entreprise déjà existante ou de rachat d'une entreprise.

2.2.5. La joint-venture

La co-entreprise ou entreprises conjointes réalisent en commun des projets commerciaux et/ou industriels sur un marché local. (Ghislain et Hubert ,2008).

La joint-venture est un accord passé entre deux ou plusieurs entreprises qui acceptent de poursuivre ensemble un but précis pour une durée limitée.

2.2.6. La sous-traitance

Est une opération par laquelle une entreprise sous-traitante intervient pour le compte d'une autre entreprise donneur d'ordre dans le processus d'élaboration et de réalisation d'un produit ou d'un service sur la base d'un cahier des charges préétabli. (Okaci-Laceb, 2014, p:74).

Est le fait qu'une entreprise donnée confie partiellement sa production à une autre dans le cadre d'un travail de sous-œuvre. Les produits ainsi fabriqués par la seconde sont pour le compte de la première et selon ses besoins et exigences.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

2.3. Les stratégies par accord

On distingue trois stratégies par accord : la Licence, la franchise commerciale et les transferts de technologies.

2.3.1. La licence

C'est un accord par lequel une entreprise d'un pays octroie à une autre entreprise d'un autre pays un droit d'exploitation limité dans le temps et dans l'espace. Un savoir-faire, ou une marque brevetée en contrepartie d'une rémunération définie dans le contrat (Amziane, 2000, p:74).

2.3.2. La franchise internationale

C'est un accord dans lequel une entreprise franchiseur accorde le droit de se présenter sous son nom et sa marque, pour vendre ses produits, pour une durée et une région limitée, en contrepartie d'une rémunération, elle est accompagnée d'une assistance technique et le transfert d'un savoir-faire. On distingue trois formes de franchise : franchise commerciale, franchise de service et franchise industrielle. (Amziane, 2000, p: 77).

2.3.3. Les transferts internationaux de technologies

Ces transferts sont considérés comme un moyen rapide et peu coûteux pour une entreprise qui veut s'implanter sur un marché sans subir les risques, est imposé parfois par les pays en développement qui ne dispose pas de technologie dans certains domaines, ou encore dans certains pays où le transfert de technologie fait partie intégrante du contrat.

Les transferts internationaux de technologies est le transfert d'un pays à un autre du savoir-faire, des techniques de fabrication et de l'équipement à utiliser pour la production.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

3. Les raisons d'exportation

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

3.1. Raisons stratégiques

Le choix de l'internationalisation de l'entreprise reste difficile, il faut considérer l'attractivité de pays mais aussi la capacité concurrentielle de l'entreprise. (Chabb, 2004, P: 4-7).

A. Permet de répartir les risques entre plusieurs pays

- ✓ Conjoncture économique, variation monétaire (taux de changes flottants)
- ✓ Risque de dépendance (par la diversification géographique pour l'écoulement des ou

L'approvisionnement) ;

- ✓ Concurrence (quelquefois moins forte sur les marchés extérieurs que sur le marché national) ;
- ✓ Phases du cycle de vie (un produit en phase de maturité sur le marché national peut être en Phase de croissance ailleurs).

B. Procure des avantages concurrentiels :

L'implantation d'unités de productions dans les pays qui permettent :

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

horaire/salarié et VA/salarié).

La baisse des coûts de production due à la délocalisation permet d'augmenter les ventes, donc de réaliser des économies d'échelle (diminution de coût de production unitaire obtenu grâce à une augmentation des dimensions de l'unité de production) au niveau de la production, des approvisionnements, de la mercatique, de la recherche développement et des ressources financières.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

3.2. Raisons liées au marché

C'est des facteurs liés au marché de base et au marché étranger :

3.2.1. Facteurs liés au marché de base

- ✓ L'internationalisation est parfois imposée : saturation du marché national, difficulté sur marché national ou difficulté de gagner des parts de marché supplémentaires (situation Oligopolistique) donc besoin d'élargissement des marchés ;
- ✓ La réglementation limite le développement de l'entreprise ;
- ✓ Les conditions de production freinent la croissance et le profit ;
- ✓ La concurrence est très agressive.

3.2.2. Facteurs liés aux marchés étrangers

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

3.3. Les facteurs commerciaux

Les facteurs commerciaux de l'exportation permettent d'augmenter le cycle de vie de produit en ciblant des marchés ayant des stades de développement économique, des structures et des comportements d'achat différents. (PASCO-BERHO, 2002, p:28).

Le développement international coïncident avec le cycle de vie du produit, la première phase de ce cycle démarre dans le pays de l'entreprise innovatrice, qui lance un nouveau produit pour des consommateurs à fort pouvoir d'achat, puis la phase de croissance l'entreprise exporte son produit vers les pays développés, le produit arrive à maturité, sa technologie s'est banalisé, les concurrents apparaissent sur les marchés étrangers, l'entreprise installe des filiales à l'étranger pour servir les marchés locaux. La phase déclin ; l'entreprise transfère sa production vers les pays à faible coût et réimporte les produit sur son territoire d'origine.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

3.3.1. Etroitesse du marché national ou sa saturation

La dimension réduite du marché intérieur pousse l'entreprise vers les marchés étrangers.

Exemple : vu l'étroitesse de leurs marchés locaux, Nestlé a rapidement développé ses activités hors de Suisse et 10% des entreprises finlandaises exportent dès leur création.

3.3.2. La spécialisation de l'entreprise

Pour certaines activités spécifiques, le marché ne peut se limiter à un territoire national, compte tenu du faible nombre de clients. C'est souvent le cas des PME pour qui l'internationalisation est le prolongement naturel d'une stratégie de spécialisation : elle permet, sans sortir de son métier d'origine, d'éviter les risques de la spécialisation en offrant des perspectives de croissance.

3.3.3. La régulation des ventes de l'entreprise

Le ralentissement de la croissance économique dans un pays peut être en partie compensé par des commandes venues de l'étranger dans des zones où les économies ne sont pas en phase. L'exportation permet alors de réduire les risques conjoncturels. Il en va de même pour les ventes saisonnières qui peuvent exploiter les décalages géographiques et climatiques pour réguler leur activité. Cette régulation permet une meilleure exploitation de l'appareil de production et une plus grande maîtrise des coûts.

3.3.4. Le cycle de vie international du produit

Les stades de développement international de l'entreprise coïncident souvent avec le cycle de vie du produit. Les produits nouveaux sont mis au point dans les entreprises des pays technologiquement avancés, pour des consommateurs à fort pouvoir d'achat. L'exportation sert ensuite à amortir les frais de recherche et développement et les frais commerciaux. La maturité des produits coïncide souvent avec la banalisation de leur technologie et l'apparition de concurrents sur les marchés étrangers et la création de filiales de production destinées à servir les marchés locaux en réduisant les coûts. L'accroissement de la concurrence entraîne d'abord la délocalisation de la production vers des zones à faible coût de main d'œuvre, puis la réimportation vers le pays d'origine. Les facteurs commerciaux de l'exportation permettent donc d'augmenter la durée de vie du produit en ciblant des marchés ayant des stades de développement économique, des structures et des comportements d'achat différents.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

3.4. Les facteurs industriels

D'après Pasco-Berho, (2002), ces facteurs consistent en des raisons qui visent à la recherche d'économie d'échelle et à l'abaissement des coûts de production. Ils ont relation avec l'aspect industriel de l'entreprise ¹:

3.4.1. La recherche d'économies d'échelle

La multiplication des marchés permet la production en plus grandes quantités, donc l'abaissement des coûts unitaires, les coûts de lancement étant abaissés par l'amortissement des coûts de recherche-développement sur un plus grand nombre d'unités.

3.4.2. L'abaissement des coûts de production

L'investissement à l'étranger permet :

- les coûts avantageux des facteurs de production (matières premières, travail),
- l'accession aisée à des ressources financières tant sur le marché national que sur le marché d'implantation,
- D'échapper à des réglementations contraignantes dans le domaine fiscal, social et de la protection de l'environnement.

3.5. Les facteurs d'opportunité

Selon Pasco-Berho, (2003, p:28) Ces facteurs concernent essentiellement:

- ❖ Les foires et salons internationaux, où l'entreprise peut découvrir des besoins à l'étranger pour ces produits, cela l'encourage à adopter une démarche pour conquérir des clients étrangers ;
- ❖ Un surplus de production qui pousse l'entreprise à recourir à l'exportation pour écouler sa production.

Et on trouve :

3.5.1. La demande spontanée

Ces demandes se révèlent lors de manifestations commerciales, de rencontres fortuites de représentants d'entreprises ou de demande d'information par courrier ou autre. Ces sollicitations doivent inciter l'entreprise à adopter une démarche plus rigoureuse de vérification en aval de ces opportunités afin de déterminer si un marché viable existe.

¹ <http://experts-marketing.blogspot.com/>, consulté le 20/06/2020.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

3.5.2. La production excédentaire

L'écoulement de stocks conçus pour le marché national et non absorbés peut être réalisé par le biais d'une exportation ponctuelle. Celle-ci peut alors être considérée comme le premier pas d'une véritable démarche d'internationalisation.

3.5.3. La motivation du dirigeant

La formation du dirigeant, le fait d'avoir vécu à l'étranger, son goût pour l'innovation et le risque, son ouverture d'esprit, sont autant de caractéristiques d'un profil et d'un comportement propice à l'exportation. Ceci est d'autant plus vrai quand il s'agit d'une PME dans laquelle existe une forte relation entre la personnalité du dirigeant et les objectifs de l'entreprise.

Section 2 : identifications des risques et la démarche d'exportation

Cette section de la démarche marketing est appelée démarche stratégique à l'exportation, avant de chercher à se développer sur les marchés étrangers, l'entreprise doit vérifier qu'elle dispose des capacités requises ou qu'elle peut les acquérir : tel est l'objet du diagnostic export.

1. La démarche stratégique à l'exportation

1.1. Le diagnostic export

Il permet d'identifier les forces sur lesquelles on pourra s'appuyer lors de notre démarche export ainsi que les faiblesses qu'il faudra combler. Des méthodes simples, à la portée de toute entreprise quelle que soit son expérience internationale, permettant de bâtir un raisonnement logique sur « ce qui est à la portée de l'entreprise et ce qui relève du rêve immédiat ». Une méthode SWOT, « forces-faiblesses-opportunités-menaces », permet de tracer le cadre des voies possibles en termes de développement international. (Croue, 2015, p:60).

1.1.1. Le diagnostic interne à l'entreprise (forces et faiblesses)

A partir de ce diagnostic, le dirigeant doit dégager l'ensemble des moyens qu'il faudra mettre au service du projet export.

Selon (Chaptal, 2014, p:43) l'étude de 4 fonctions, à savoir :

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

A. Fonction technique

Cela consiste à étudier principalement :

- La capacité de production de l'entreprise par rapport à la demande (notation de seuil et taille critique de l'entreprise.) ;
- La capacité d'adaptation en terme qualitatif ;
- La maîtrise des coûts de fabrication ainsi que la qualité des produits fabriqués ;
- L'aspect normatif de l'entreprise.

B. Fonction financière

Vendre à l'étranger coûte plus cher (frais de déplacement, transport etc.). Il y a trois notions comptables :

- Capacité d'investissement de l'entreprise ;
- Marge bénéficiaire de l'entreprise (quelles sont les charges d'exploitation supplémentaires et les marges que l'on pourra accorder à de nouveaux intermédiaires?) ;
- Situation de trésorerie de l'entreprise (quels délais avant les premiers retours sur investissements ?).

C. Fonction humaine

Evaluer l'ensemble des compétences humaines sur lesquelles on va s'appuyer dans cette démarche export.

Il s'agit de savoir si l'entreprise a l'habitude d'exporter (parité monnaies, douanes, etc.), ainsi que les compétences linguistiques du personnel. De plus, l'entreprise peut-elle embaucher un commercial ?

D. Fonction commerciale

C'est la capacité de l'entreprise à s'attaquer à de nouveaux marchés, ce qui nécessite la mise en place d'une stratégie commerciale efficace et durable.

Le moyen le plus couramment utilisé à cet effet est le marketing opérationnel 4P (Produit, Prix, Place, Promotion), illustration emblématique du marketing mix, abordée pour la première fois par Neil H. Borden (1964), présentant l'avantage appréciable d'être à la fois d'une grande cohérence et d'un emploi particulièrement agréable (Chaptal, 2014, p:43).

Pour cela, le marketing mix ou les 4P considère quatre axes déterminants :

- la structure et l'organisation de l'offre ;
- le prix ;
- Les canaux de distribution et les systèmes de vente ;

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

- Les moyens de communication et publicitaires.

1.1.2. Le diagnostic externe a l'entreprise (menaces et opportunités)

Il sert à évaluer les opportunités et les menaces qui existent pour l'entreprise sur le marché qu'elle vise.

Dans ce diagnostic, d'après (Chaptal, 2015, P:47) on étudie deux aspects du marché étranger: la demande et l'offre.

- ✓ **L'offre** : consiste à analyser les produits et services proposés par la concurrence ainsi que le volume de l'offre, pour rester concurrentiel sur son marché est de s'imposer comme moteur de l'innovation et proposer une offre différenciée de la concurrence (design, caractéristiques produits, fonctionnalités...).
- ✓ **La demande** : Il s'agit pour l'entreprise de comprendre au mieux les envies des consommateurs pour proposer un produit qui correspond aux attentes.

1.2. Les études de marchés

L'étude de marche est un ensemble organisé et hiérarchisé d'informations concernant les marches de l'entreprise, recueillies de façon mythologique pour préparer les décisions relatives au développement de la firme, dont la nature des décisions à prendre qui déterminera l'objet de la méthodologie des études de marche, on cite les éléments de l'étude de marché international :

1.2.1. Les études documentaires

Consistent à exploiter une information préexistante. Elles seront complétées par un recueil d'informations primaires sur le terrain. (Pasco, 2011, p:17.).

Les études documentaires ont pour objectif la réalisation d'une première approche du marché et doivent permettre d'en apprécier l'accessibilité, l'attractivité et la sécurité de marché.

Les sources d'informations peuvent être des sources publiques nationales et étrangères comme les ministères, les douanes ou des sources privées comme les banques. Les organismes internationaux comme l'OMC, le FMI et la banque mondiale sont aussi des sources d'informations.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

1.2.2. Les études qualitatives

Sont collectées principalement par des entretiens de groupe, des entretiens en profondeur, l'observation et les techniques projectives. (Dubois et al, 2013, p:134).

L'objectif de cette étude est d'analyser en profondeur, de comprendre les phénomènes difficilement mesurables, elles permettent de répondre aux questions : pourquoi ? Et comment ?

- ❖ **L'entretien de groupe** : lors des entretiens de groupe, le degré de structure varie selon le type de groupe utilisé et la créative désirée. Ainsi, la technique du groupe nominal est utilisée, entre autres, pour l'identification des attributs d'un produit ou des dimensions d'un problème marketing.
- ❖ **Les entretiens individuels** : l'enquêteur propose un thème et laisser parler la personne interrogée et l'encourage à approfondir, même si la discussion n'était pas dirigée. Son objectif sera de comprendre le comportement de consommateur et d'aborder des questions plus délicates et compréhensives.
- ❖ **L'observation** : consiste à étudier le comportement du consommateur dans une situation naturelle, ou sur sa situation d'achat.
- ❖ **Les techniques projectives** : l'enquêteur fait parler la personne interrogée d'un sujet extérieur sur lequel elle projette ses idées et sa personnalité.

1.2.3. Les études quantitatives

« Les études quantitatives sont appréhendées par des statistiques, elles relèvent du comment et du combien. Elles permettent de faire ressortir la forme d'opinions, de faits et comportements, perceptions, attentes et préférences ». (Diemer, 2009, p:12).

Elles reposent sur l'utilisation d'enquêtes et le traitement statistique des informations collectées. Elles nécessitent (Pasco, 2011, p:19):

- ✓ La constitution d'un échantillon représentatif de la population à étudier ;
- ✓ L'élaboration d'un questionnaire ;
- ✓ L'administration du questionnaire ;
- ✓ Le tri des données ;
- ✓ L'analyse statistique (mesure des liaisons entre variables: corrélation entre variables quantitatives, dépendance de variables qualitatives).

La réalisation des études de marché permettent à l'entreprise de choisir les politiques commerciales les mieux adaptées aux marchés cibles.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

1.3. Définition d'une stratégie à l'exportation

1.3.1. Identification et choix du marché cible

La sélection des marchés cibles dépend de **nombreux facteurs** tels que les caractéristiques du produit à exporter, la capacité de production de l'entreprise, la réglementation douanière des pays étrangers, l'intérêt des marchés et leur accessibilité en fonction des ressources propres de l'entreprise. (Croue, 2010, p:60.).

1.3.2. La sélection des produits

Tendances des exportations/importations : Le meilleur moyen pour connaître les perspectives d'achat d'un produit sur un marché donné est de savoir si ce marché importe ou non ce produit. Cette information est généralement disponible car la plupart des pays chiffrent leur importations / exportations.

- A. Base d'approvisionnement** : Pour pouvoir satisfaire la demande étrangère, il faut s'assurer de la régularité des approvisionnements en intrants. Il est donc essentiel d'avoir une base d'approvisionnement stable et régulière.
- B. Capacité de production** : La capacité de l'entreprise en matière de production et de livraison à temps aux clients est également un point important pour la réussite du produit sur le marché intérieur aussi bien qu'à l'étranger.
- C. Adaptation du produit** : Il est important de surveiller constamment les besoins et préférences des marchés étrangers afin de pouvoir s'adapter aux possibilités offertes sur ces marchés pour mieux les exploiter.
- D. Disposition de fournitures des services après-vente** : Lorsque le produit nécessite un service après-vente, l'entreprise doit prendre les dispositions sur les marchés étrangers ou charger un distributeur / agent pour assurer le service et l'entretien ainsi que l'approvisionnement en pièces détachées.

1.4. La prospection des marchés étrangers

Une fois, la stratégie à l'export définit et les études préalables réalisées, l'exportateur entame la prospection des marchés qui constitue une phase de la démarche commerciale.

La prospection a pour objectif de : (Pasco-berho, 2002, p:28).

- rechercher le ou les partenaires dont les intérêts convergent avec ceux mis en évidence lors de définition des objectifs commerciaux de l'entreprise exportatrice;

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

- identifier les canaux de distribution;
- déceler les adaptations à apporter au produit au niveau de l’emballage, design, du prix et ce, afin qu’ils répondent aux exigences des consommateurs;
- analyser la concurrence étrangère et la politique commerciale pratiquée par les concurrents.

Les possibilités de prospector un marché étranger sont nombreuses et variées. Le choix des actions de prospection à réaliser dépend des objectifs commerciaux que l’entreprise s’est fixés et de ses ressources financières et humaines.

1.4.1. La prospection épistolaire

- Envoi de catalogues, listes de prix, échantillons et autres matériels publicitaires promotionnels aux clients ciblés;
- Insertion d’annonces pour la recherche d’agent ou d’importateur dans des publications économiques étrangères et envoi par la suite aux firmes intéressées d’une documentation sur les produits accompagnées d’offres appropriées;
- Suivi des propositions d’affaires émanant de l’étranger, qui sont destinées aux chambres de commerce, aux associations professionnelles et transmises directement aux exportateurs intéressés.

1.4.2. La prospection directe

La participation aux missions commerciales, à des foires internationales ou aux salons spécialisés à l’étranger est porteuse d’idées et des méthodes nouvelles offrant à l’entreprise des possibilités certaines.

Elle permet donc de ² :

- établir des contacts personnels;
- réunir de nouvelles informations sur le marché;
- perfectionner sa formation en matière de recherche et de commercialisation grâce à l’échange d’informations;
- augmenter l’impact publicitaire de l’entreprise auprès de la clientèle;
- examiner la compétitivité de la concurrence.

² <https://www.marketing-etudiant.fr>, consulté la 01/06/2020.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

2. Les risques et les précautions liées aux exportations

Tout opérateur en commerce international doit être conscient que le métier de l'international comporte des risques considérables. Pour se couvrir contre les risques, toute entreprise doit disposer d'une stratégie préventive en informant le personnel sur les méthodes à mettre en place pour l'identification des risques et le recours optimisé à des techniques de couverture.

2.1. Risque politique et les outils de couverture

C'est l'un des risques majeurs dans le commerce international, or, c'est un terme assez vaste qui concerne toute forme de guerre, agitation ou trouble qui se manifeste dans un pays. Cela peut se produire de manière très inattendue en raison d'évènement de violences politiques, des émeutes ou bien des conditions de guerres. Le plus souvent, à cause d'une mauvaise situation de sécurité ou d'un blocus, l'exportateur ne peut plus fournir les marchandises conformément au contrat, Pour l'importateur, ce genre de crise peut engendrer une incapacité de paiement).

L'assurance contre les risques politiques protège l'assuré contre la menace de pertes financières causées par des événements politiques défavorables. En fonction des détails de la police individuelle, cela peut inclure (Monod, 2007, p:45) :

Des troubles civils : entraînant des émeutes ou des pillages, ou peut-être le blocus d'un port empêchant l'importation/l'exportation

Les changements de monnaie : qui peuvent entraîner l'incapacité de convertir une monnaie ou le changement soudain et extrême de la valeur d'une monnaie. Le pays du client ne dispose plus les devises étrangères nécessaires.

Douanes et tarifs douaniers : un changement inattendu dans les règles d'importation et d'exportation.

Expropriation ou confiscation: d'argent, de biens ou d'une entreprise par un gouvernement. La nationalisation ou la destruction de tout ou partie des actifs de votre client de par la loi ou un règlement ayant force de loi, de par l'autorité gouvernementale du pays de votre client qui empêche l'accomplissement du contrat.

Révolution ou coup d'État : changement forcé de direction par la violence ou la non-violence.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

Terrorisme ou guerre : rend le commerce avec un pays, dangereux ou non viable. Survenance d'une guerre (civile ou militaire), d'une révolution ou d'une insurrection dans le pays de votre client, qui empêche le paiement ou l'exécution du contrat

Restriction à l'exportation : toute décision ou mesure générale de votre pays, prise en exécution d'une décision d'embargo, elle-même prise par une organisation internationale telle que les Nations Unies (ONU) ou l'Union Européenne, et qui interdit l'exportation des biens ou services de votre pays dans le pays de votre client, objets du contrat conclu entre vous et votre client, ou à l'importation : c'est-à-dire toute décision ou mesure générale prise par le pays de votre client interdisant l'importation dans le pays de votre client des biens ou services, objets du contrat conclu entre vous et votre client.

Rupture de contrat : cela correspond à l'annulation d'un contrat légalement conclu entre les deux parties, imposée par une décision ou mesure générale du gouvernement du pays de votre client, qui empêche le paiement ou l'exécution du contrat.

2.2. Le risque de change et les outils de couverture

Le risque de change concerne les risques qui dérivent de la fluctuation des devises. Dans le cas où les deux parties n'utilisent pas la même devise, elles doivent établir une devise de contrat qui s'agit toujours d'une monnaie étrangère, du moins pour l'importateur ou l'exportateur. De ce fait, l'un ou l'autre sera soumis aux risques liés à la variation du taux de change. Au cas où la monnaie du contrat correspond à la devise du pays exportateur, l'importateur doit payer un montant plus élevé en cas de dévaluation de sa propre monnaie. Voici les principaux outils de couverture de change (Barrelier, 2003, p:339) :

A. Contrat à terme : C'est un engagement entre deux parties qui détermine les conditions précises de vente ou d'achat d'un montant de devises (taux, date). Sous certaines conditions, le contrat peut être ouvert ou fixe si un certain délai dans la livraison du montant est souhaité pour plus de flexibilité.

B. Swap : Il permet de réaliser deux transactions croisées et simultanées d'un montant identique. Ce produit est utilisé pour l'appariement des entrées et des sorties de devises étrangères à des dates différentes et pour reporter ou devancer un contrat à terme. Un swap permet par exemple l'achat immédiat d'un montant en devise étrangère pour payer les comptes payables en échange d'un contrat à terme permettant la revente de devises lors de la réception des recevables. Ainsi, l'écart entre les taux proviendra uniquement des points à terme et sera garanti.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

C. Option vanille : Elle permet de transférer le risque de change à une tierce partie en échange d'un paiement d'une prime déterminée. L'entreprise se réserve le droit d'acheter à la tierce partie un montant de devises, à un taux et à une date prédéterminée. Ainsi, l'entreprise peut profiter d'une appréciation favorable de la devise tout en étant protégée en situation inverse. La prime ne peut pas être remboursée.

2.3. Risque juridique et les outils de couverture

C'est indéniable, car tous les pays possèdent leurs propres systèmes juridiques et adoptent des lois différentes concernant l'importation et l'exportation. Dans toute relation, aussi cordiale et de longue date soit-elle, les différences sont susceptibles de se produire à tout moment. La prise des mesures juridiques à travers les frontières internationales peut être très difficile et assez coûteuse. D'un côté, les informations sur le client sont assez difficiles à obtenir, et d'autre part, si l'on veut poursuivre une société dans un autre pays, il faut tenir compte du système judiciaire, de la langue d'audience de ce pays, et même des différences culturelles et des dépenses sur les avocats internationaux...

En souscrivant une assurance protection juridique professionnelle, le chef d'entreprise peut disposer d'un accompagnement à plusieurs niveaux en cas de litige.

Voici les principaux domaines couverts par cette assurance (Patrick Marcq, 2011, p:100):

- ✓ L'information et la prévention juridique, qui permettent au chef d'entreprise d'être conseillé par un expert en cas de problème pour préserver les intérêts de l'entreprise ;
- ✓ La gestion amiable des conflits, à travers laquelle un expert tente de trouver une issue amiable dans l'intérêt de l'entreprise en cas de conflit ;
- ✓ La prise en charge des frais de défense, qui permet à l'entreprise d'obtenir une prise en charge des honoraires et des frais de l'avocat sélectionné pour défendre les intérêts de l'entreprise dans le cadre d'un conflit judiciaire.

2.4. Le risque de transport et les outils de couverture

Tout comme dans le cas des expéditions locales, les marchandises transportées internationalement sont à risque (bris, perte, vol, vandalisme, accident, saisie, contamination, etc.). Avant d'expédier les marchandises, il est important de confier la responsabilité du transport à l'acheteur ou au vendeur et d'obtenir les couvertures suffisantes. Les conditions internationales de vente (incoterms), élaborées par la Chambre de commerce internationale,

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

servent à bien définir les rôles et responsabilités de chacun relativement aux risques de transport. L'accompagnement offert par un transitaire est alors fortement recommandé.³

Les assurances de transport de marchandises comprennent :

- A. Les assurances de marchandise par voie routière :** ce sont toutes les assurances couvrent les dommages et pertes subis par les marchandises confiées à des transporteurs.
- B. L'assurance de marchandise transportée par voie ferroviaire :** ces assurances couvrent, dans les conditions déterminées au contrat, les dommages et pertes matériels survenus aux marchandises pendant leur transport et, durant le déchargement et le chargement.
- C. Les assurances de transport maritime :** elles sont définies comme étant une assurance couvrant les dommages matériels causés aux marchandises transportées, ou corps de navire résultant l'événement fortuit, de forces majeures, aux conditions fixées au contrat.
- D. Les assurances de transport aérien :** ce sont toutes les assurances qui ont pour objet la couverture des risques relatifs à une opération de transport aérien.

2.5. Le Risque technologique et les outils de couverture

Le risque technologique désigne un risque d'origine anthropique qui regroupe les risques industriels, nucléaires, biologiques, Les risques technologiques majeurs trouvent leur origine dans la présence, dans certains établissements ou certaines installations, de quantités notables de substances dangereuses.

Mieux les connaître, les identifier et les quantifier permet de mettre en œuvre les politiques de précaution, de prévention et de protection adaptées :

- En réduisant les risques à la source, via la substitution de substances toxiques ou cancérigènes par des produits moins dangereux ou la mise en œuvre de procédés intrinsèquement moins dangereux et en recourant au principe des meilleures techniques disponibles ;
- En limitant l'exposition au risque résiduel, notamment en maîtrisant l'urbanisation dans les zones à risques ou grâce à des ouvrages de protection contre les risques naturels ;

³ <https://www.desjardins.com>, consulté le 30/06/2020.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

- En prévenant au quotidien, à travers une attention portée aux questions liées à l'exploitation et à la maintenance et aux facteurs techniques, organisationnels et humains.

2.6. Le risque financier et les outils de couverture

Le risque financier qu'encourt l'exportateur peut s'agir ⁴:

A. D'un défaut de paiement

Plusieurs facteurs peuvent retarder le paiement d'une facture par l'acheteur, entre autres, les prix et les quantités qui ne correspondent pas l'expédition, et manque de la signature de la personne autorisée. Cela se répercute sur l'entreprise exportatrice en mettant en difficulté sa trésorerie

B. D'une défaillance du débiteur

L'acheteur peut demander une prorogation de l'échéance pour l'exportateur, notamment lorsqu'il traverse une passe de trésorerie difficile retardant le paiement de la transaction.

C. D'un Règlement judiciaire

Lorsque l'acheteur est déclaré en cessation de paiement, il est insolvable, la société peut être dissoute. Dans ce cas l'exportateur a peu de chances d'être payé, d'où la nécessité de recourir aux organismes de garantie et d'assurance pour couvrir ce risque en mettant en place une sécurité de paiement avant l'exécution du contrat.

Dans les opérations internationales, l'importateur et l'exportateur ont besoin d'un minimum de garantie. Le premier a besoin d'être rassuré sur la réalité de l'expédition des marchandises. Le second a besoin d'être rassuré quant à l'encaissement de sa créance.

Les instruments de paiements traditionnels n'offrant pas toutes les garanties nécessaires pour sécuriser l'acheteur et le vendeur. Les opérateurs financiers ont mis au point des techniques élaborées fondées sur la présentation de document. C'est ce que l'on appelle technique d'encaissement documentaires, dont on trouve (Escolano et al, 2016, p:114) :

2.6.1. Le paiement contre remboursement

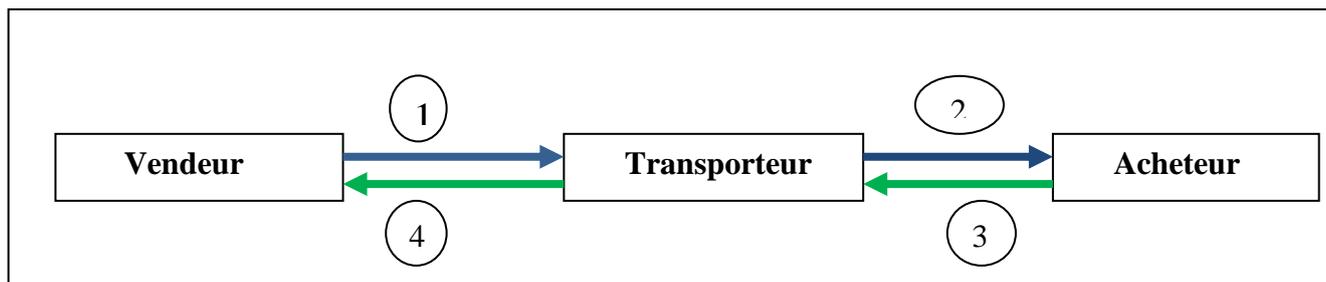
La technique du paiement contre remboursement n'est pas tout à fait assimilée à une technique documentaire. Cependant, on peut la citer ici puisqu'elle nécessite le recours à un intermédiaire financier particulier qui est le transporteur. Ce dernier présente au moment de la livraison au client, des documents (bon de livraison et facture) pour encaissement. Le cash on

⁴ <https://www.edc.ca/fr/>, consulté le 29/06/2020.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

delivery consiste à confier au transporteur final de la marchandise l'encaissement de la facture. En effet, il a pour instruction de ne livrer la marchandise que contre paiement. Le transporteur (ou transitaire) a donc la responsabilité d'assurer l'encaissement de la facture pour le compte de son client, auprès de qui il doit rapatrier les fond moyennant une rémunération.

Figure 1: La technique de paiement contre remboursement



Source : Escolano, Filali et Tirvert, 2016, p:114.

Cette technique est fréquemment utilisée dans le cas du commerce électronique surtout à destination des particuliers. Ceux-ci sont ainsi à même de vérifier que la livraison a bien eu lieu et que les marchandises livrées correspondent bien à la commande.

L'utilisation du contre remboursement est simple, rapide et sûr, mais dans le cas du commerce B to B, cette technique est difficile à généraliser. Elle convient notamment lorsque :

- L'exportateur est sûr que l'acheteur acceptera la marchandise

Les marchandises n'ont pas une très grande valeur (responsabilité trop lourde pour le transporteur.....) ;

- Le risque de non paiement une fois les marchandises arrivées n'est pas entièrement éliminé, puisque le client peut toujours refuser la marchandise. Un minimum de prudence s'impose donc, quant à la fiabilité du client, surtout pour les marchandises périssables.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

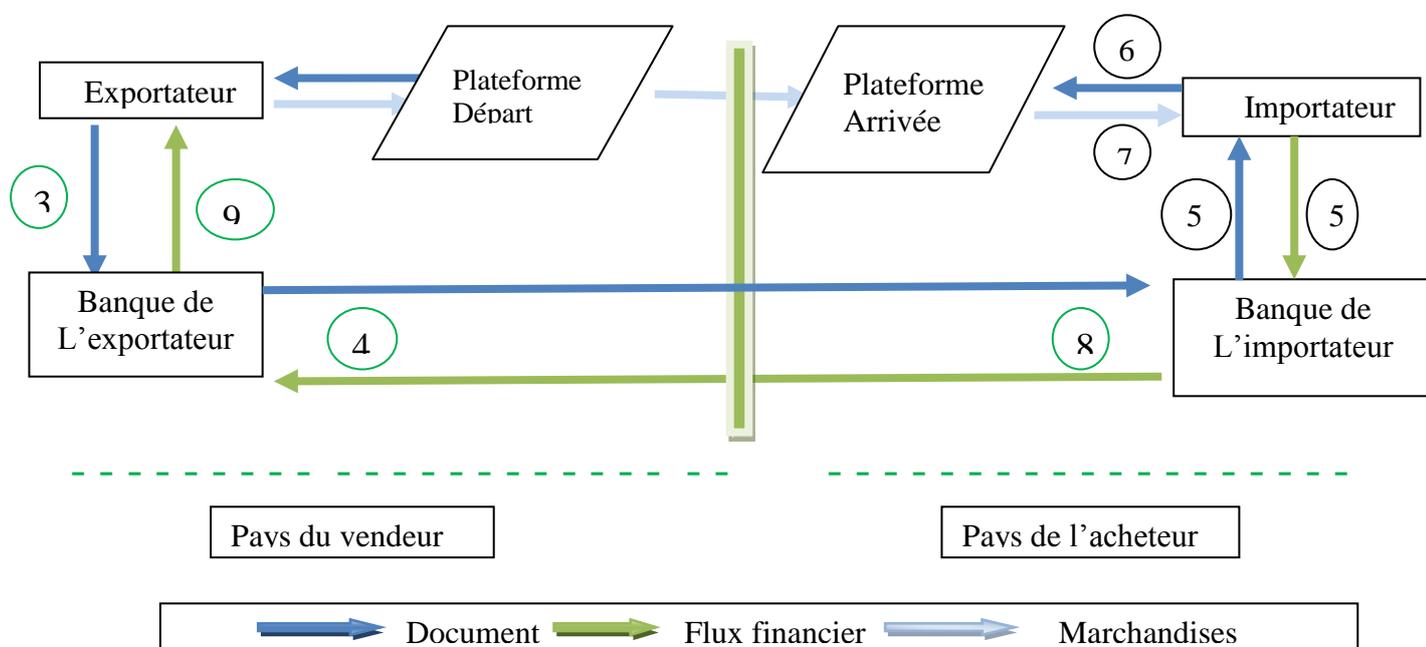
2.6.2. La remise documentaire

A. Définition

Pour l'exportateur la remise documentaire consiste à remettre à sa banque (banque remettante) parallèlement à l'expédition des marchandises. Les documents prévus au contrat commercial et prouvant l'expédition de ces marchandises. La banque remettante adresse alors les documents à la banque de l'importateur (banque présentatrice). Cette dernière les délivre à son client contre le règlement des marchandises ou l'acceptation d'un effet. (Escolano et al, 2016, p: 50).

B. Fonctionnement de la remise documentaire

Figure 2: Les neuf étapes de la remise documentaire



Source : Escolano, Filali, Tirvert, 2016, p:115.

Ce schéma montre bien la chronologie des étapes dans une opération de remise documentaire. Il met également en évidence le rôle des établissements bancaires. En effet, c'est par l'intermédiaire de la banque remettante (banque du vendeur) et de la banque présentatrice (banque de l'acheteur) que transitent les documents.

A l'étape 5, lorsque l'importateur reçoit les documents qui vont lui permettre de disposer de la marchandise, deux situations peuvent se présenter :

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

-En cas de paiement à vue, aussi appelé « document contre paiement » (D/P), l'exportateur est crédité dès réception des fonds de la banque présentatrice. C'est le cas du schéma ci-dessus ;

- En cas de paiement échéances appelé « document contre acceptation » (D/A), l'exportateur reçoit l'avis d'acceptation de l'acheteur consigné généralement sur une ou plusieurs traités. Il peut alors attendre l'échéance et procéder à l'encaissement. Il a aussi la possibilité d'escompter la traite, c'est-à-dire de la négocier auprès de la banque en contrepartie d'agios bancaires ou de l'endosser au profit d'une tierce personne.

Pour réduire le risque d'insolvabilité de l'acheteur, le vendeur peut solliciter l'aval de la banque.

C. Les avantages et les inconvénients de la remise documentaire

La remise documentaire est une solution très pratique pour exporter des marchandises avec des partenaires de confiance, par contre l'inconvénient avec ce mode de transaction est qu'il existe un risque de contestation concernant la valeur des documents.

Tableau 1: Les avantages et les inconvénients de la remise documentaire

	Avantage	Inconvénients
Exportateurs	*Procédure très souple *Formalisme réduit *Cout réduit	*Ne constitue pas une garantie de paiement *Risque de non-levée des documents *Risque d'impayé si document contre (D/A)
Importateur	*Mêmes garanties que le Credoc *Possibilité parfois d'inspecter les marchandises avant paiement *Possibilité de retirer la marchandise si signature d'une traite	*Impossibilité de retirer la marchandise avant règlement

Source : Escolano, Filali, Tirvert, 2016, p:115.

En raison de sa relative simplicité, cette technique semble séduisante. Les entreprises doivent cependant prendre conscience qu'elle ne comporte aucun engagement financier de la part des banques. Les banques se transmettent les documents, les prennent en l'état et n'ont

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

aucune responsabilité quant à la conformité et à la bonne réalisation des opérations commerciales et logistiques. Par ailleurs, cette technique nécessite l'obtention de l'accord préalable de la banque.

2.6.3. Le crédit documentaire

A. Définition

Le Credoc est l'engagement d'une banque de payer un montant déterminé au fournisseur d'une marchandise ou d'une prestation, contre remise, dans un délai fixé, de documents conformes prouvant que la marchandise a été expédiée ou la prestation effectuée.

Le Credoc est soumis à une codification internationale très précise, édictée par la chambre de commerce internationale : les règles et usances uniformes qui constituent un ensemble de disposition universellement reconnues par les banques de 160 pays. (Escolano et al, 2016, p :116).

Depuis le 1^{er} juillet 2007, le Credoc est soumis aux RUU 600(publication n°600).

B. Les types de Credoc

Les RUU 600 signent la disparition des règles concernant le crédit « révocable ». Une banque pourra toujours émettre un crédit révocable mais devra indiquer précisément les formes et règles de révocation dans les conditions spéciales de son crédit.

Tableau 2: Les Credoc irrévocables

Type de crédit	Explication
Irrévocable	Instrument de paiement comportant l'engagement ferme de la banque émettrice (une seule garantie). Ne peut être modifié ou annulé qu'avec l'accord de toutes les parties.
Irrévocable et confirmé	Instrument de paiement comportant l'engagement ferme de deux banques, la banque émettrice et la banque confirmante (garantie de deux banques). Ne peut être modifié ou annulé qu'avec l'accord de toutes les parties.

Source: Jean, Filali, Valérie, (2016), p:117.

L'idéal pour un vendeur est d'obtenir la confirmation du Credoc par une banque située dans son pays ou par une grande banque internationale dans un pays à risque politique nul.

Le Credoc irrévocable et confirmé représente alors la meilleure sécurité possible.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

Il est à souligner que, selon les RUU 600, tout est réputé être irrévocable sauf stipulation contraire.

2.6.4. La lettre de crédit stand-by

Définition

La lettre du crédit stand-by est une garantie bancaire à première demande. C'est l'engagement irrévocable d'une banque de payer son exportateur, en cas de défaillance du donneur d'ordre (acheteur, importateur).

Contrairement au crédit documentaire qui doit se réaliser, la SBLC a pour vocation ne pas être mise en jeu. Ce n'est pas exactement un instrument de paiement, c'est un contrat financier indépendant du contrat commercial.

Deux textes régissent les lettres de crédit stand-by. Elles sont soumises d'une part aux RUU 600 relatives aux Credoc, d'autres parts aux RPIS 98.

Les RPIS 98 sont des règles plus libérales et moins contraignantes que les RUU 600, surtout en matière d'obligations documentaires et sont a priori, mieux adaptées aux LCSB.

Les opérateurs internationaux doivent préciser si leurs SBLC sont soumises aux RUU 600 (cas le plus fréquent) ou aux RPIS 98 car le traitement par les banques n'est pas le même, notamment concernant les obligations documentaires. (Escolano et al, 2016, p :121).

Tableau 3: Les caractéristiques de la lettre de crédit stand-by

Avantages	Inconvénients
*Engagement bancaire irrévocable au bénéfice du vendeur *Rédaction relativement simple *Coût réduit -Paiement de la garantie à première demande *Technique n'intervenant qu'en cas de carence de l'acheteur *Moins de formalités (technique moins lourde) *Gestion documentaire légère *Circuit des documents plus simple (direct)	*Risque d'imprécision dans la rédaction *Rapport d'équilibre différent entre acheteur et vendeur (au détriment de l'acheteur) *Technique récente : risque de vide juridique lié à une jurisprudence limitée *Acceptation limitée voir impossible dans certains pays

Source : Escolano, Filali, Valérie, (2016), p:121.

Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations

La lettre de crédit stand-by est une technique hybride, dans la mesure où elle se rapproche du crédit documentaire par la remise obligatoire de documents conformes, et de la garantie sur demande par le fait qu'elle n'est levée qu'en cas de défaillance de paiement de l'acheteur. Mais malgré ses similitudes avec le crédit documentaire, elle ne doit pas être confondue avec ce dernier car elle ne remplit pas les mêmes fonctions. En effet, la lettre de crédit stand-by est bien une technique de protection contre le risque de non-paiement, mais contrairement au crédit documentaire, elle ne constitue pas un mécanisme de paiement.

Conclusion

La saturation des marchés nationaux poussent les entreprises à envisager d'autres solutions afin d'écouler ses marchandises. L'internationalisation n'est pas une stratégie facile à mener face à l'agressivité de la concurrence. Par ailleurs, chaque entreprise afin de réussir à l'international, elle doit adopter une démarche d'exportation pertinente, adéquate aux exigences des marchés étrangers et potentiels.

Chapitre II : La logistique internationale

Chapitre II : La logistique internationale

Chapitre II : La logistique internationale

Ce chapitre est consacré pour la logistique internationale en vue de son importance dans la réalisation de l'activité d'exportation.

L'usage de la fonction logistique par les entreprises augmente de plus en plus, elle a connu une évolution dans des différents domaines d'où l'importance pour les entreprises de bien maîtriser l'acheminement de ces produits depuis leur fabrication par le fournisseur jusqu'à leur consommation finale par le client.

Cette fonction logistique est essentielle pour la performance de l'entreprise si elle veut être compétitive à long terme, entre autres la performance dépend de plusieurs facteurs.

Dans un autre temps, la logistique peut représentée un obstacle aux entreprises souhaitant exportées en raison de différentes contraintes tel que les coûts de transport élevés, absence d'infrastructures et superstructures de la logistique moderne, l'insolvabilité des clients, rareté des bureaux de liaison et de distributeurs connectés aux marchés étrangers, les procédures de contrôle aux niveaux des frontières qui sont lentes et lourdes, absence d'équipements modernes permettant les chargements et les déchargements des marchandises au niveau des ports et des aéroports...

Donc on peut dire que la fonction logistique est dérivée de la fonction d'exportation, et la mise en place d'un service logistique est obligatoire pour toutes les entreprises qui souhaitent allonger ses échanges au delà des frontières.

Dans ce deuxième chapitre nous allons parler sur le cadre théorique de la logistique. Pour se faire nous avons divisé notre travail en deux sections la première consiste à des généralités sur la logistique, et la chaine d'approvisionnement, et quant à la deuxième, on la consacrer à la logistique internationale.

Section 1 : Notions de base relatives à la logistique

1 .La logistique

La logistique est une fonction importante au cœur des activités industrielles, commerciales et services, elle assure la coordination des opérations effectuées par les différentes fonctions de l'entreprise.

Chapitre II : La logistique internationale

Avant de présenter la fonction logistique d'une entreprise exportatrice, nous voulions commencer, à travers cette section, par développer les aspects généraux de la logistique d'entreprise. Nous nous attacherons d'abord, à la présentation du concept logistique : l'origine, définition, ainsi que les activités et les objectifs de la logistique.

1.1. Etymologie de la logistique

Le mot logistique a comme racine grecque « logistkos » qui signifie administré. Ce mot a été utilisé dans le langage militaire, et qui signifie l'art pratique de déplacer les armes et de les ravitailler en établissant et organisant leurs lignes de ravitaillement. (Pimor, 2003, p :4).

Une telle définition rassemble à la fois la science de déplacement des troupes et la science d'approvisionnement d'arme, elle combine deux facteurs essentiels l'espace et le temps.

La logistique représente un pilier essentiel pour la compétitivité et la performance d'une entreprise, car c'est elle qui va déterminer sa force de résistance.

1.2. Définition de la logistique

D'après le dictionnaire Larousse 2010, il existe deux définitions pour le terme logistique. Comme adjectif, il correspond à l'ensemble des opérations permettant aux armées de vivre, de se déplacer, de combattre, d'assurer les évacuations ainsi que le traitement médical du personnel.

Comme nom signifie, quant à la logistique l'ensemble des méthodes et des moyens lié à l'organisation d'un service, d'une entreprise, et comprenant les manutentions, les transports, les conditionnements et parfois même les approvisionnements.⁵

Sommairement, on peut définir la logistique comme étant un mode de gestion qui regroupe l'ensemble des opérations physiques dans l'entreprise. Dès 1948, le comité de l'American Marketing Association définit *la logistique comme le déplacement et la manutention de biens du point de production jusqu'au point de consommation ou d'utilisation*. (In Tixier, Math et Collin, 1996, p :102).

Cette approche de la logistique ne prend en compte que la partie transport et distribution. Quelques années après, en 1973, l'un des grands experts en logistique, James L.

⁵ Dictionnaire Larousse en ligne : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/logistique/47678>, consulté le 02/04/2020, à 19.30.

Chapitre II : La logistique internationale

Heskett propose la définition suivante : « *gestion de toutes les activités qui contribuent à la circulation des produits et à la coordination de l'offre et de la demande dans la création d'utilité par la mise à disposition de marchandises en un lieu et un moment donné* » (Heskett, 1977, p : 90).

Il donnera par la suite, en 1977, une autre définition où il insistera davantage sur la notion de niveau de service, cela amènerait à une optimisation à moindre coûts. Selon J. L. Heskett, la logistique réunit les fonctions qui gèrent les flux de marchandises, « *la coordination des ressources et des débouchés* », en effectuant un taux de service fixé pour un coût réduit. (Hasket, 1977,p : 92).

Malgré l'approche stratégique donnée par J.L. Heskett, il a fallu attendre 1979, où Daniel Tixier, professeur en marketing à l'ESSEC et l'Ecole des Mines, va proposer une autre approche plus complète et insister sur le besoin et l'utilité des flux d'informations :

« *La logistique est l'ensemble des activités ayant pour but la mise en place, au moindre coût, d'une quantité de produits, à l'endroit et au moment où une demande existe. La logistique concerne donc toutes les opérations déterminant le mouvement des produits tel que localisation des usines et entrepôts approvisionnements, gestion physique des encours de fabrication, emballage, stockage et gestion des stocks, manutention et préparation des commandes, transports et tournées de livraison*». (Tixier et Mathe, 1988, p :75).

En résumé, on peut dire que la logistique correspond à la gestion des flux financiers, informationnels, physiques que va rencontrer l'entreprise. La logistique est essentielle pour la firme car elle permet l'optimisation des ressources et la réduction des coûts.

1.3. Les objectifs de la logistique

La logistique a pour but d'améliorer la gestion administrative et réduire de nombreuses erreurs importantes. La logistique permet d'atteindre des objectifs tels que ⁶ :

- ✓ **La planification de la production** : La production est désormais planifiée en totale concordance avec la demande des clients. C'est maintenant que le client va déclencher la production. En effet, soit la production se fait que lorsque la commande a été passée ce qui peut permettre une personnalisation du produit par le consommateur soit le produit est prêt mais le client va devoir passer commande de manière à déclencher la production du produit pour le consommateur suivant. L'usine dispose alors d'un stock très restreint qui permet de répondre plus rapidement à la demande. Ce type de

⁶ <http://www.logistiqueconseil.org>, consulté le 15/05/2020 à 21.34.

Chapitre II : La logistique internationale

production est utilisé surtout pour les produits qui demandent un délai de fabrication important.

- ✓ **Le passage du flux poussé au flux tiré** : Cela permet de réduire les stocks et surtout d'éviter la surproduction. Le produit ne va plus être fabriqué pour ensuite peut-être être vendu mais la production va dépendre des commandes clients, cela va limiter les stocks et ainsi être plus proche des besoins des consommateurs.
- ✓ **L'amélioration de la traçabilité** : Par la gestion en supply chain l'entreprise dispose d'une meilleure visibilité sur la production grâce à l'étroite collaboration qui s'installe entre les acteurs. De même, il est plus facile de suivre le processus de production et de connaître l'endroit exact où se trouve le bien fabriqué. Un système d'étiquetage s'instaure entre les parties pour avoir les mêmes codes de référencement pour une gestion plus simple des produits.
- ✓ **L'amélioration de l'exécution de la commande** : Le consommateur aura tendance à avoir son produit plus rapidement car selon le délai de fabrication, l'entreprise mettra en place un système qui évitera de faire trop attendre le client. Ce dernier sera alors livré plus rapidement et ainsi il sera généralement plus satisfait.

1.4. Les activités de la logistique

Le chercheur Porter distingue les activités génératrices de valeur en activités principales et en activités de soutien. Les activités principales sont essentiellement celles de la création matérielle à la vente du produit, incluant son transport jusqu'au client et le service après-vente. Elles sont directement impliquées dans la création de valeur. Les cinq activités principales sont les suivantes (Pimor et Fender, 2008, P:4) :

- **Logistique interne** : elle regroupe les activités liées à la réception, à la manutention, au stockage et à l'affectation des matières premières et des composants au produit ;
- **Production** : il s'agit de la fabrication des produits, y compris l'élaboration de la planification des flux de production ;
- **Logistique externe** : elle regroupe toutes les activités liées à la distribution physique des produits aux clients (stockage, transport) ;
- **Commercialisation et ventes** : sélection des circuits de distribution, fixation des prix, activité de promotion, gestion de la force de vente...

Chapitre II : La logistique internationale

- **Services** : cette activité comprend les missions d'installation, de réparation, de formation, de fourniture de pièces de rechange...visant à accroître ou à maintenir la valeur du produit, l'importance croissante de cette activité n'est pas à démontrer.

Les activités de soutien viennent à l'appui des activités principales et améliorent l'efficacité ou l'efficience de ces dernières, en assurant (Pierre et Anne, 2008, P:19) :

- **Infrastructure de l'entreprise** : il s'agit de toutes les activités administratives qui permettent la bonne marche de l'entreprise : direction, planification, finances, juridique, relations publiques, service qualité, comptabilité, etc.
- **Gestion des ressources humaines** : ce sont toutes les activités liées au recrutement, la paie, la formation, la gestion de carrière, le développement personnel...
- **Développement technologiques/R&D** : cela renvoie à tout ce qui est lié à l'innovation, la réduction des coûts, et la protection des technologies (systèmes d'information, gestion de connaissances, recherche et développement, gestion de la relation client...).
- **Approvisionnements** : ce sont toutes les activités qui permettent d'acheter des moyens de production (matières premières, marchandises, fournitures, services...) au meilleur rapport qualité-prix.

2. La chaîne logistique (supply chain)

2.1. Etymologie de la chaîne logistique

C'est un concept relativement récent – une quinzaine d'années – même si les militaires utilisent la même expression depuis beaucoup plus longtemps. Il décrit des activités et les fonctions de management de ces activités. On pourrait le traduire par « chaîne d'approvisionnement », mais le mot « approvisionnement » ne permettrait pas d'exprimer le sens que l'on veut donner à supply chain et il est préférable d'utiliser l'expression américaine pour décrire ce concept nouveau. Afin de mieux comprendre d'où viennent les termes chaîne et approvisionnement, l'étude de l'étymologie de ces mots peut aider à mieux comprendre le sens. Tout d'abord le mot chaîne provient du mot latin catena qui a pour première signification chaîne, liens, mais aussi entrave, freins.⁷

La seconde définition étymologique caractérise une série d'éléments liés entre eux, ou encore une suite, un enchaînement. Pour expliquer la notion de supply chain, voici un retour

⁷ <http://fr.wiktionary.org/wiki/catena>, consulté le 05/05/2020.

Chapitre II : La logistique internationale

sur le terme anglais supply. Le mot supply, en tant que substantif a pour équivalent français le mot « offre ». Lorsqu'il est employé comme verbe, il peut se traduire par les verbes approvisionner ou encore fournir. Cette expression est entrée dans le vocabulaire courant de l'entreprise et il est important d'identifier avec précision le périmètre d'application.

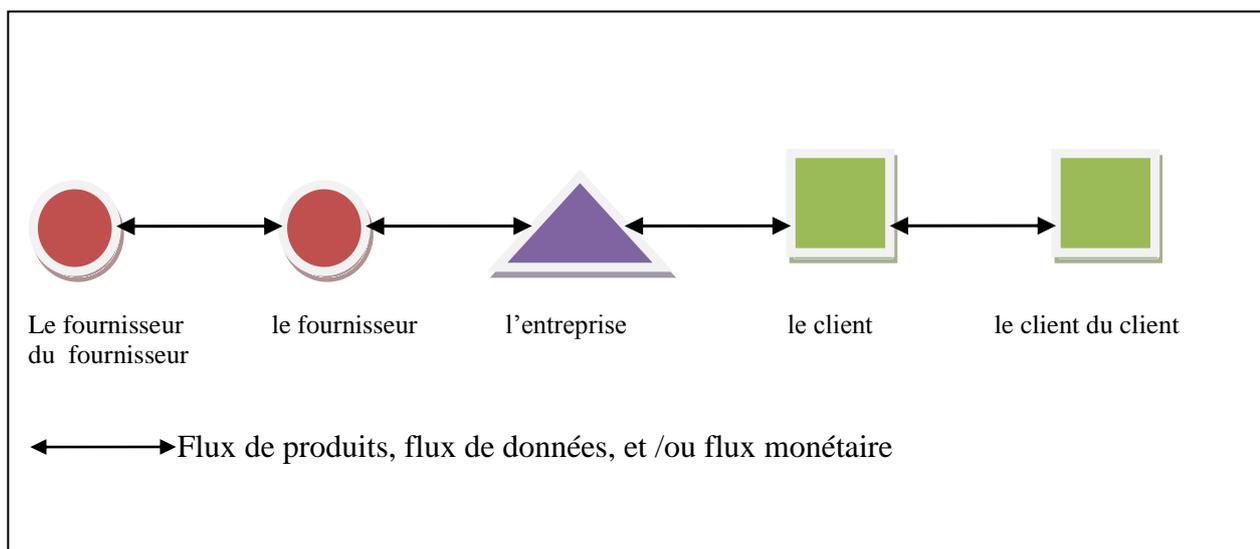
Une chaîne se définit comme une suite d'anneaux de métal, de plastique, liés les uns dans les autres (chaînon) ou articulés entre eux (maillons), et servant à orner, à attacher, à transmettre un mouvement.

Le mot approvisionnement, quant à lui, désigne l'action de pourvoir, munir quelqu'un, de ce qui lui est nécessaire : tout ce qui concerne les vivres, le matériel, l'énergie, les marchandises...⁸.

2.2. Définition de la chaîne logistique

La définition la plus fréquente de la Supply Chain est souvent représentée comme une chaîne reliant le fournisseur du fournisseur au client du client, comme nous le montre la figure 3.

Figure 3: La chaîne logistique (supply Chain)



Source : PIMOR, FENDER, 2008.

Le Council of supply Chain Management Professional propose la définition suivante : « le supply chain management correspond la planification et la gestion de toutes les activités impliquées dans le sourcing et l'approvisionnement, la transformation et toute les activités logistiques. Il inclut également la coordination et la collaboration avec des partenaires qui

⁸ <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/chaîne>, consulté le 05/05/2020 à 15.26.

Chapitre II : La logistique internationale

peuvent être des fournisseurs, des intermédiaires, des prestataires et des clients. Le SCM est une fonction, d'intégration dont le rôle principal est d'intégrer les différents métiers et les différents processus dans et entre les entreprises au sein d'un modèle cohérent et performant. Il inclut toutes les activités citées ci-dessus de la logistique ainsi que les opérations de production, et il pilote la coordination des processus et des activités au sein et entre le marketing, les ventes, le développement produit, la finance et les technologies de l'information». (Le moigne, 2013; p4).

Chopra et Meindil (2007) donnent la définition suivante : « *une chaîne logistique consiste en toutes les étapes impliquées directement ou indirectement dans la satisfaction de la requête d'un client. La chaîne logistique inclut non seulement le fabricant et ses fournisseurs, mais aussi les transporteurs, les centres d'entreposage, les détaillants et les clients eux-mêmes* ».

La chaîne logistique englobe l'ensemble des opérations réalisées pour la fabrication d'un produit ou d'un service allant de l'extraction de la matière première à la livraison au client final, en passant par les étapes de transformation, de stockage, et de distribution.

De nos jours, de plus en plus on regarde la chaîne logistique comme une toile regroupant plusieurs des activités citées, cela est dû à la complexité des organisations actuelles et à leur dimension internationale. Ajoutés aux flux des matières, la chaîne logistique inclut les flux d'information et les flux financiers.

2.3. Les éléments essentiels à une bonne gestion de supply chain

La gestion de la chaîne logistique constitue l'enjeu prioritaire et indispensable pour l'entreprise, pour optimiser au mieux sa productivité. Le Supply Chain Management cherche à fluidifier les différents échanges, les flux circulants dans l'entreprise mais aussi dans les relations entre l'entreprise et son environnement. L'entreprise doit pour cela définir les outils et méthodes permettant d'améliorer l'approvisionnement, tout en cherchant à réduire les stocks et les délais de livraison.

❖ **L'écoute du marché** : Le client est désormais au cœur de la chaîne logistique globale et c'est lui qui va déclencher le processus de production. Ainsi, l'entreprise va être très attentive aux demandes des clients et à leurs attentes. C'est le marché qui va orienter les choix de l'entreprise ainsi que sa production ou plus précisément sa capacité de création. L'entreprise si elle veut rester compétitive se doit d'être à l'écoute et réactive aux attentes

Chapitre II : La logistique internationale

pour satisfaire toujours plus le consommateur. L'entreprise va devoir anticiper les besoins des clients sans pour autant être trop en avance ou en retard. Il est alors important pour la firme d'arriver à trouver un juste milieu pour satisfaire la demande. Pour cela, la firme va mettre en place une veille au niveau de son environnement : le marché mais aussi ses concurrents. Car il est toujours intéressant de savoir ce que fait le concurrent. L'écoute du marché est un élément essentiel pour la firme si elle veut répondre efficacement à la demande des consommateurs.

- ❖ **L'échange d'informations** : La relation entre les acteurs de la supply chain est basée sur un échange de données et d'informations important. Chacun doit alors informer ses collaborateurs des données dont il dispose. Cette collaboration est primordiale et elle va souvent être facilitée par l'outil informatique et les systèmes d'information. Afin que l'échange d'informations entre les acteurs de la chaîne d'approvisionnement soit plus rapide et surtout plus fiable, les différents intervenants disposent généralement d'un système d'Echange de Données Informatisées (EDI). Ce système permet d'échanger plus rapidement des informations à l'aide de l'informatique. L'échange d'informations entre les différentes entités se fait de manière automatique grâce à des messages standards d'une machine à une autre. A l'origine, l'EDI est né d'une volonté de supprimer le papier pour atteindre le zéro papier. Ce système permet un traitement des données automatisé et surtout un accès plus rapide à l'information qui est plus pertinente et fiable. Le flux d'informations est alors plus fluide et la sécurité des données est plus sûre. Cet EDI est d'autant plus important aujourd'hui avec les fournisseurs qui se trouvent parfois à l'étranger et la volonté de servir toujours plus vite le client final.⁹
- ❖ **Importance de la transparence et de la confiance** : Pour que le Supply Chain Management soit efficient, il nécessite une collaboration entre les intervenants dans la chaîne d'approvisionnement mais aussi un échange d'informations essentiel à la collaboration. Pour que ces échanges de données soient accessibles, efficaces et permettent le retraitement des informations, la confiance et la transparence sont primordiales. En effet, cette collaboration ne peut être totalement efficiente sans transparence, les informations doivent être transmises dans leur totalité sans que certaines données soient conservées ou cachées. La confiance est aussi un élément indispensable à cette relation car si les intervenants n'ont pas confiance entre eux, ils ne transmettront pas les informations ce qui peut entraîner l'échec de la coopération. La confiance permet

⁹ <http://www.logistiqueconseil.org/Articles/New-tech/EDI.htm> , consulté le 10/05/2020, à 10.01.

Chapitre II : La logistique internationale

d'échanger les informations sans douter ou avoir peur que le collaborateur aille les transmettre à d'autres personnes malveillantes ou encore à la concurrence. Tous ces éléments permettent de gérer au mieux l'approvisionnement dans le but de toujours satisfaire au mieux les clients et leurs exigences. Afin de rester pérennes les entreprises qui choisissent ce mode de gestion doivent respecter tous ces éléments car sans ça elles savent qu'elles vont droit à l'échec et cela peut mettre en péril l'entreprise. (Edwards, 2010, p:30).

2.4. Les domaines d'intervention du SCM

Le service supply chain management a pour fonction d'organiser le flux tout le long de cette chaîne, dans et entre les différentes opérations logistique.

2.4.1. Le gestion des stocks et de l'entreposage

Les stocks comprennent l'ensemble des biens qui interviennent dans le cycle d'exploitation de l'entreprise soit, en amont du processus d'exploitation, les marchandises, les matières premières qui sont transformées, les matières consommables, fournitures et emballages commerciaux qui sont utilisés en cours du cycle d'exploitation ; soit en aval processus, les produits en cours, les produits intermédiaires, les produits finis et les produits résiduels (déchets et rebuts). (Laurenti et al, 2000, p243).

2.4.2. La distribution

La distribution rassemble l'ensemble des opérations qui visent à mettre un produit ou un service à la disposition du consommateur ou de l'utilisateur final, tout au long de la chaîne logistique. Cette opération suit celle de la production, de la fabrication ou de l'importation d'un bien ou d'un service, à partir du moment où il est commercialisé par le producteur, le fabricant ou l'importateur jusqu'au transfert au consommateur ou à l'utilisation finale.

2.4.3. Le transport

La logistique du transport est en particulier la gestion de la circulation des marchandises. Les principaux aspects de la chaîne du transport des marchandises figurent parmi les activités de transport local, national et international selon les différents modes de transport : terrestre, ferroviaire, maritime, aérien ou intermodal.

Chapitre II : La logistique internationale

2.4.4. L'import/export

Le service Import/Export est présent pour permettre l'application de la réglementation douanière propre à chaque pays hôte. Un certain nombre de spécificités existent donc dans chaque secteur pour régir ces particularités. Les fonctions de base sont toutefois identiques et reprennent pour les échanges internationaux les activités gérant les échanges « standards ».

Les imports/exports vont assister les achats dans le choix des partenaires commerciaux (transporteurs, transitaires...) du mode de transport et des Incoterms les plus appropriés à une commande données.

On remarque que toutes ces opérations se succèdent et se complètent le long de la chaîne logistique. L'optimisation de chacune de ces opérations est essentielle pour les entreprises.

En effet, le service supply chain management a pour fonction d'organiser le flux tout le long de cette chaîne, dans et entre les différentes opérations logistiques (Marechal, 2006 ; p31).

Section 2: Généralité sur la logistique internationale

Dans cette section nous nous intéressons plus particulièrement à la logistique internationale, son importance dans l'activité d'exportation, on parlera des incoterms, mode de transport, les risques liés au transport, l'assurance de marchandise, différentes phases de transport, puis on termine avec les critères du choix d'une solution logistique dans une opération d'exportation.

1. L'importance de la logistique internationale dans les exportations

La fonction logistique est dérivée de la fonction d'exportation, elle contribue pour l'amélioration et la compétitivité de la performance de leur entreprise.

1.1. Définition de la logistique internationale

Lorsqu'une marchandise est exportée, le principal souci de l'exportateur réside dans la bonne exécution de la distribution de la marchandise qui doit arriver au bon port sans dégradation, sans blocage lié à la réglementation des pays traversés et de destination, dans les délais prévus et selon le coût estimé. Dès la sortie des entrepôts, toutes les étapes logistiques

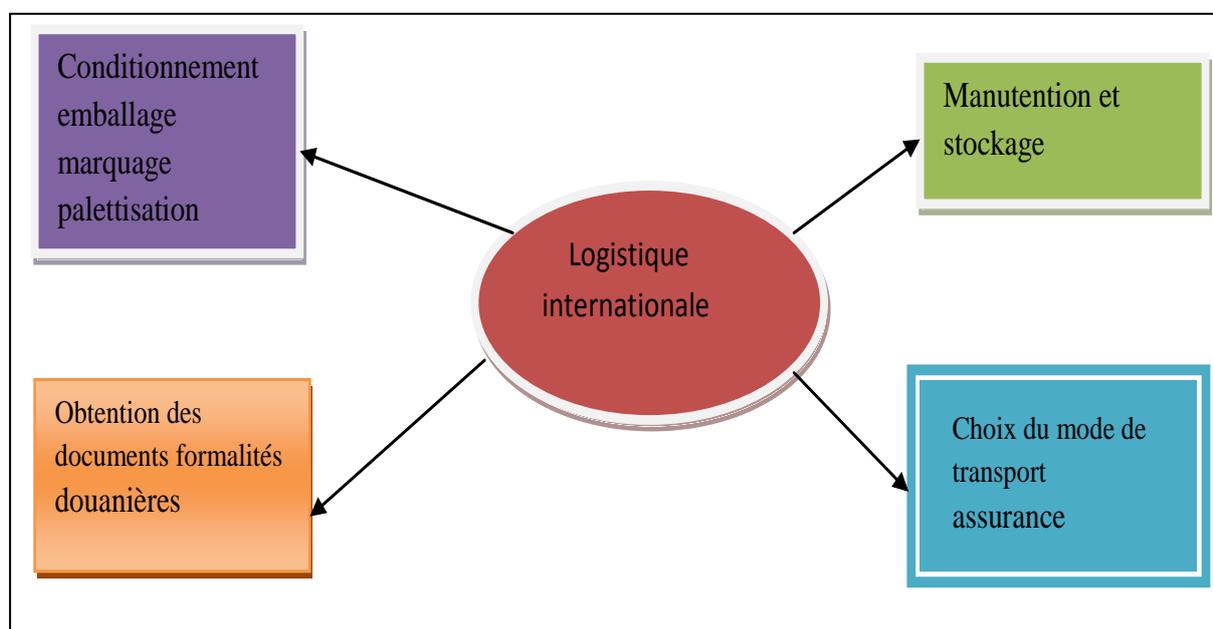
Chapitre II : La logistique internationale

de distribution constituent la logistique internationale, dépassant largement le domaine du transport international.¹⁰

La logistique internationale se définit comme l'ensemble de techniques relatives à l'élaboration des unités de charges s'inscrivant dans le cadre de la logistique, elle a pour objet de gérer l'ensemble des opérations de conditionnement, d'emballage, de transport, de manutention et de stockage constituant l'écoulement de matière depuis les sources d'approvisionnement en matière premières jusqu'au consommateur final.¹¹

La logistique internationale est un processus de conception et de gestion de la chaîne d'approvisionnement dans le sens le plus large. Cette chaîne peut comprendre la fourniture des matières premières nécessaires à la fabrication, en passant par la gestion des matériaux sur le lieu de fabrication, la livraison dans les entrepôts et au centre de distribution, la manutention, le conditionnement, le transport international, le dédouanement et la livraison des marchandises à l'acheteur étranger.

Figure 4: Les quatre composantes de la logistique internationale



Source : PASCO, 2002, p:66.

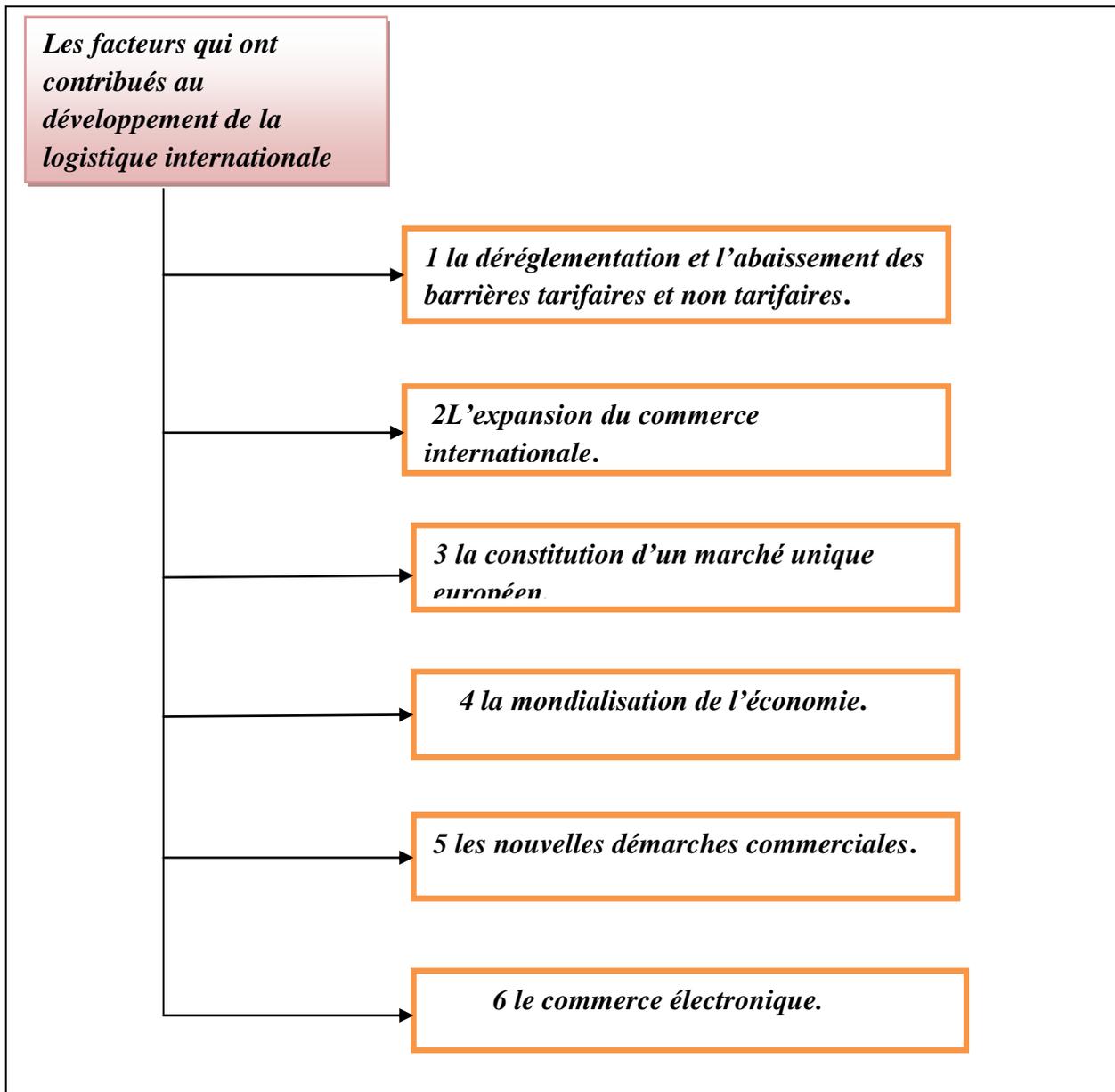
Certains facteurs considérés comme fondamentaux ont contribué au développement de la logistique internationale.

¹⁰ <http://www.lauyan.com/fr>, consulté le 10/06/2020 à 10h 50

¹¹ <https://www.glossaire-international.com/> consulté le 11/06/2020 à 8.30

Chapitre II : La logistique internationale

Figure 5: Facteurs contribuant au développement de la logistique internationale



Source : Noumen, 2004, p: 6.

La logistique internationale est un argument commercial décisif face aux concurrents car elle est la source de valeur ajoutée au produit vendu par l'exportateur à un client qui, à l'autre bout du monde, va recevoir produit qu'il a commandé à la bonne date de livraison et à un prix incluant l'assurance et le transport. Le client ne reçoit plus seulement un produit mais un produit service (Noumen, 2004, p :7).

Chapitre II : La logistique internationale

1.2. L'importance de la logistique internationale dans les exportations

La logistique internationale joue un rôle primordial dans le commerce extérieur. Une firme faisant du commerce ne peut négliger l'acheminement de ses marchandises exportées et / ou importées.

Aujourd'hui, la logistique est le secteur clé dans les opérations d'import et d'export, elle fait preuve d'une croissance internationale forte, et cette suite à la globalisation et le libre-échange au niveau mondial, la montée en puissance des pays émergents, le développement des nouvelles technologies ainsi que l'explosion du e-commerce.

2. Les acteurs de la logistique internationale

On distingue: les intervenants à caractère financiers et les intervenants à caractère administratif.

2.1. Les intervenants à caractère financiers

Parmi les intervenants à caractère financiers, on trouve les banques et les assurances.

2.1.1. La banque

C'est un organisme financier qui gère les moyens de paiement, assure la distribution du crédit, le change, et l'émission de billets de banque. (Ahmed et Jean-Marie, 2002, p:68).

Les instruments de paiement internationaux sont (Simon et Mannai, 2002, p:561) :

- Le chèque ;
- Les virements ;
- La lettre de change et le billet à ordre ;
- La remise documentaire.

2.1.2. Les assurances

L'assurance est une fonction économique dont la finalité est de permettre l'indemnisation des dommages survenus aux biens et aux personnes grâce à la prise en charge d'un ensemble de risques et a leur compensation moyennant le paiement d'une prime ou cotisation de l'assuré. (Moulin, 2003, p:19).

Chapitre II : La logistique internationale

2.2. Les intervenants à caractère administratif

Parmi les intervenants à caractère administrative on trouve la douane et les services de contrôle de qualité et contrôle sanitaire.

2.2.1. La douane

Elle doit:

- Contrôler les flux de marchandises à l'importation, et cela pour but de préserver la sécurité, la santé et la morale publique ;
- Lutter contre la contrefaçon ;
- A l'exportation pour vérifier la destination finale de certains biens jugés stratégiques
- percevoir les droits et taxes à l'importation et faire appliquer la réglementation communautaire et national ;
- Informer sur les échanges extérieurs en élaborant les statistiques du commerce mondial.

Les formalités de dédouanement des marchandises à destination ou en provenance de l'étranger permettent les contrôles et la taxation douanière, ces formalités sont accomplies par le détenteur de la marchandise (exportateur, importateur, commissionnaire agréé en douane, titulaire d'une autorisation de déclaration de dédouanement...).

2.2.2. Les services de contrôle de qualité et contrôle sanitaire

Aujourd'hui, les gouvernements attachent une grande importance au développement du commerce international, mais également à la protection de la santé et de sécurité du consommateur ainsi de l'environnement, les organismes de normalisation agissent dans un cadre législatif, sollicitent l'intervention des entreprises indépendantes afin de garder un contrôle des marchandises toute au long de la chaîne logistique du commerce mondial. Le service de contrôle de qualité, de conformité et contrôle sanitaire est un intervenant à caractère administratif au côté de la douane, il a pour but de vérifier la conformité des marchandises suivant des normes nationales ou leurs équivalents au plan international.

2.3. Les autres intervenants

De plus, la chaîne logistique est composée aussi d'autres intervenants que les intervenants à caractère financier et administratif, les intervenants en transport international à savoir :

2.3.1. Le chargeur : est l'expéditeur de la marchandise et celui qui la confie juridiquement au transporteur. Il peut s'agir du propriétaire de la marchandise ou de son représentant.

Chapitre II : La logistique internationale

2.3.2. Le groupeur de marchandises : est un agent ou une entreprise qui rassemble les envois de détail de plusieurs entreprises et les groupes avant de voir à ce qu'ils soient acheminés à destination .Il négocie des tarifs avantageux dont il fait profiter les expéditeurs. C'est un intervenant très présent en transport routier et en transport aérien.

2.3.3. Le transitaire (ou commissionnaire de transport) : il joue le rôle d'aide logistique de l'exportateur ou l'importateur, (selon l'incoterm convenu).Son principal rôle est d'assurer la continuité des divers transports. Il conseil l'expéditeur ou le destinataire sur divers aspects de l'expédition de marchandises qui font l'objet de transports successifs (le mode de transport, l'itinéraire, le choix du transporteur, les frais directs et connexes, etc). (Baglin, et al, 2001, p: 424).

Parmi les transitaires, on distingue (Naji, 2009, p :340) :

- ✓ **Le transitaire portuaire** qui coordonne le transport maritime et tout autre mode de transport requis au cours de la même expédition (par exemple, le transport routier) ;
- ✓ **Le transport aérien** qui coordonne le transport aérien et tout autre mode de transport requis au cours de la même expédition (par exemple, le transport ferroviaire) ;
- ✓ **L'agent de fret aérien** qui se charge d'acheminer aux compagnies aériennes la marchandise qui doit être expédiée par avion ;
- ✓ **Le courtier en transport routier de marchandise** qui sert d'intermédiaire entre le groupeur et le transporteur ;
- ✓ **L'affréteur routier** agent qui nolise les camions pour le compte de son employeur.

2.3.4. Le transporteur : est la personne qui, par contrat, se charge de transporter la marchandise (transporteur routier, ferroviaire, aérien, maritime,...)

2.3.5. Le courtier en douane (ou commissionnaire en douane) : il accomplit les formalités douanières pour le propriétaire de la marchandise transportée.

En résumé, nous pouvons affirmer que la chaîne logistique fait intervenir plusieurs maillons ou acteurs chacun à un niveau de responsabilité, certains intervenants sont principaux et d'autres sont annexes et connexes.

Chapitre II : La logistique internationale

3. Les incoterms et les modes de transport

Avant de choisir l'Incoterm approprié, l'importateur doit d'abord définir le mode de transport qu'il compte utiliser pour acheminer sa marchandise. Cette opération nécessite de la part de l'importateur une bonne compréhension des caractéristiques du produit à importer, des délais de livraison, du coût de transport et des autres avantages et inconvénients de chaque mode de transports.

De même, pour choisir l'Incoterm selon le mode de transport convenu, l'importateur doit déterminer cas par cas les avantages et les inconvénients d'un tel choix.

3.1. Les incoterms

Faire voyager des marchandises à l'échelle internationale, dans le cadre d'une transaction commerciale, n'est pas, en effet, sans risque : livraison non réalisée, dommages, pertes, peuvent survenir et entraîner des litiges entre les parties.

En 1936, la chambre de commerce internationale (CCI), situé à Paris, publie sous le nom d'incoterms une série de règles internationales pour l'interprétation des termes commerciaux les plus utilisés dans le commerce extérieur. Désignés sous forme d'abréviations transformées en définitions standardisées. Les incoterms (International Commercial Terms) sont des instruments pratiques et économiques utilisés universellement pour faciliter les procédures du commerce international. Les incoterms uniformisent la pratique commerciale et déterminent le point de transfert de risques. (Haddad, 2009, p: 7).

Ainsi les incoterms déterminent qui du vendeur ou de l'acheteur, sera responsable d'assumer les responsabilités ou les frais suivants : coûts de transport, d'assurance, fraie associés, paiement des droits et taxes, obtention des différents permis d'importation et/ou d'exportation, et toutes autres procédures administratives. Donc, les incoterms sont :

« L'ensemble des règles visant à uniformiser les termes commerciaux les plus utilisés dans le commerce international en définissant par un terme unique, interprétable d'une façon identique par le monde, une relation donnée entre un client et un fournisseur. Ils représentent un lagunage commun à la disposition de commerçants de langues et de pratiques commerciales différentes. » (Lasary, 2005, p : 115).

Chapitre II : La logistique internationale

3.1.1. Classification des incoterms

Les incoterms sont classés en fonction du : risque, mode de transport, groupe (incoterm).

a. Le classement en fonction du risque

Une première distinction qui porte sur les risques permet de placer les opérations en :

- « Vente au départ », auquel cas la marchandise voyage sur le transport principal aux risques et périls de l'acheteur.
- « Vente à l'arrivée », auquel cas la marchandise voyage sur le transport principal aux risques et périls de vendeur.

b. Classification selon le mode de transport

Le tableau suivant nous montre la classification selon le mode de transport

Tableau 4 : La famille des incoterms

Mode de transport	Incoterms
Tous modes de transport	EXW, FCA, CPT, CIP, DUP, DAP, DDP
Transport maritime ou fluvial	FAS, FOB, CFR, CIF

Source : établi par nos même a partir de www.douane.gov.fr

c. Classement par famille

Les incoterms sont répartis en trois familles (Weiss, 2008, p :87) :

- **Famille « E »** : obligation minimale du vendeur qui doit tenir à la disposition de l'acheteur la marchandise emballée ;
- **Famille des « F »** : « Free », L'exportateur remet la marchandise au premier transporteur au port ou à l'aéroport ;
- **Famille des « C »** : « Cost or Carriage », L'exportateur livre la marchandise jusqu'au passage du bastingage du navire au port de départ pour le CFR ou le CIF et au premier transporteur pour le CPT et le CIP ;
- **Famille des « D »** : « Delivered », (rendu) : Ces Incoterms dits de « vente à l'arrivée », la marchandise voyage aux risques du vendeur qui assume l'ensemble des risques et des coûts liés au transport des marchandises jusqu'au lieu de destination.

Chapitre II : La logistique internationale

3.1.2. Présentation des 11 incoterms

La liste des incoterms dévoilés par la chambre de commerce internationale en 2020 sont :¹²

- Famille « E » Départ

➤ EXW (ex Works ou « à l'usine »)

Le vendeur : a rempli son obligation de livraison quand la marchandise est mise à disposition dans son établissement (atelier, usine, entrepôt). Il n'a pas à charger la marchandise sur le véhicule d'enlèvement.

L'acheteur : supporte tous les frais et risques concernant l'acheminement des marchandises de l'établissement du vendeur à la destination souhaitée.

-Famille « F » transport principal non acquitté

➤ FCA (Free Carrier « Franco-transporteur »)

Le vendeur : a rempli son obligation de livraison quand il a remis la marchandise, dédouanée à l'exportation, au transporteur désigné par l'acheteur au point convenu.

L'acheteur : choisit le mode de transport et le transporteur. Il paye le transport principal. Le transfert des frais et risques intervient au moment où le transporteur prend en charge la marchandise.

➤ FAS (Free Alongside Ship « Franco le long du navire »)

Le vendeur : a rempli son obligation de livraison quand la marchandise a été placée le long du navire, sur le quai au port d'embarquement. Il a l'obligation de dédouaner la marchandise à l'exportation.

L'acheteur : doit supporter tous les frais et risques de perte, de dommage que peut courir la marchandise lors du transport jusqu'à la destination finale.

➤ FOB (Free On Bord « Franco à bord »)

Le vendeur : a rempli son obligation de livraison quand la marchandise est placée à bord du navire au port d'embarquement. Il dédouane la marchandise à l'exportation.

¹² <https://www.douane.gouv.fr/les-nouvelles-regles-incotermsr-2020-et-la-valeur-en-douane> consulté le 20/07/2020 à 11.06.

Chapitre II : La logistique internationale

L'acheteur : choisit le navire et paye le fret maritime. Le transfert des risques s'effectue lorsque les marchandises sont à bord du navire. À partir de ce moment, Il doit supporter tous les frais.

- Famille « C » transport principal acquitté

➤ **CFR (Cost and Freight ou « Coût et fret »)**

Le vendeur doit choisir le navire et payer les frais et le fret nécessaires pour acheminer la marchandise au port de destination. Il doit s'occuper des formalités d'exportation. Le transfert des risques s'effectue au moment où les marchandises sont mises à bord du navire.

➤ **CIF (Cost, Insurance and Freight ou « coût, assurance et fret »)**

Le vendeur a les mêmes obligations qu'en CFR, mais il doit en plus fournir une assurance maritime contre le risque de perte ou de dommage de la marchandise au cours du transport. Il doit s'occuper des formalités d'exportation.

La marchandise voyage aux risques et périls de l'acheteur. Le transfert des risques s'effectue au moment où les marchandises sont mises à bord du navire.

➤ **CPT (Carriage Paid To ou « Port payé jusqu'à... »)**

Le vendeur choisit le mode de transport et paye le fret pour le transport de la marchandise jusqu'à la destination. Il dédouane la marchandise à l'exportation. Quand la marchandise est remise au transporteur principal, les risques sont transférés du vendeur à l'acheteur.

➤ **CIP (Carriage and Insurance Paid To ou « Port assurance payés jusqu'à »)**

Le vendeur a les mêmes obligations qu'en CPT, mais il doit en plus fournir une assurance contre le risque de perte ou de dommage que peut couvrir la marchandise au cours du transport. Il dédouane la marchandise à l'exportation.

- Famille « D » arrivée

➤ **DPU (delivered at Place Unloaded « Rendu au lieu de destination »)**

Le DPU remplace le DAT 2010 et devient une nouvelle règle des Incoterms 2020.

Cette règle signifie que les marchandises sont considérées comme livrées, une fois déchargées du moyen de transport et mises à disposition de l'acheteur au lieu de destination convenu

Chapitre II : La logistique internationale

(terminal ou autre).

Dans cette règle Incoterms, la livraison et l'arrivée à destination interviennent au même point. Le vendeur assume donc tous les risques et coûts liés au transport des marchandises et à leur déchargement jusqu'au lieu désigné.

Le DPU est la seule règle Incoterms qui oblige le vendeur à décharger les marchandises à destination.

➤ **DAP (Delivered At Place « rendu au lieu de destination »**

Le vendeur doit livrer les marchandises en les mettant à la disposition de l'acheteur sur le moyen de transport à l'endroit convenu. Il assume les risques liés à l'acheminement des marchandises jusqu'au lieu de destination. Il n'a pas à décharger la marchandise.

➤ **DDP (delivered duty paid ou « rendu droits acquittés »**

Ce terme désigne l'obligation maximum du vendeur. Il fait tout, y compris le dédouanement à l'import et le paiement des droits et taxes exigibles. Le transfert des frais et risques se fait à la livraison chez l'acheteur. L'acheteur est responsable et doit payer le déchargement.

Il y'a lieu à signaler que les formalités à l'export sont effectuées par le vendeur, mais par contre celui-ci n'a aucune obligation concernant les formalités douanières à l'importation.

Voici les changements par 2020 par rapport à 2010:

- **Le DAT est devenu DPU:** Delivered at Terminal a été remplacé par Delivered at Place Unloaded. En effet, les marchandises peuvent non seulement être livrées dans un terminal ou un quai, mais également à un autre endroit, comme une usine ou un entrepôt.
- **Le « connaissance embarqué » (BL) a été ajoutée au FCA :** il peut être spécifié dans le contrat de vente qu'un connaissance doit être émis. Le connaissance indique que des marchandises ont été chargées à bord. L'acheteur charge le transporteur de remettre cette «note à bord» au vendeur.
- **CIF et CIP contiennent différents niveaux de couverture d'assurance :** avec le CIP, le vendeur est obligé de souscrire une assurance transport complète. Pour les CIF, il y a une obligation d'assurance avec une couverture minimale.
- **Option FCA, DAP, DPU et DPP pour ses propres moyens de transport:** pour ces Incoterms, il est possible d'organiser le transport de marchandises avec son propre moyen de transport.

Chapitre II : La logistique internationale

3.2. Les modes de transport

Le transport international est un outil stratégique et crucial pour l'acheminement d'une marchandise ou d'un bien ou encore d'un produit donné.

Généralement on distingue plusieurs modes de transport international (Belloti, 2015, P:221) : le transport international maritime, aérien, routier, ferroviaire, fluvial et colis postaux.

3.2.1. Le transport maritime : Le transport par mer est le plus utilisé dans le commerce international, car c'est un moyen peu onéreux permettant de transporter à la fois des larges volumes est parts de containers.

3.2.2. Le transport aérien : Le transport aérien est une activité économique et réglementée qui regroupe toutes les opérations de transport de marchandises de toutes sortes de volume en avion à la fois au niveau international

3.2.3. Le transport routier : Le transport routier est le transport de bien ou de marchandise par route. En effet, le transport routier est utilisé fréquemment lorsqu'il s'agit d'effectuer des opérations sur un territoire donné.

3.2.4. Le transport ferroviaire : C'est un mode de transport qui est utilisé dans plusieurs régions du monde. En effet, le transport ferroviaire utilisé généralement les expéditions par wagons isolés ou par train entier pour des tonnages supérieurs. Ce type de transport présente aussi la possibilité d'effectuer des livraisons sur de longues distances.

3.2.5. Le transport fluvial : est le transport de marchandises ou de biens par voie d'eau. C'est un mode de transport très économique, car, il est peu couteux en énergie ; il permet de transporter des tonnages très importants, ce qui en fait un moyen de transport massif et peu polluant.

3.2.6. Le transport postal : Il permet l'expédition dans le monde entier de colis selon différentes formules, avec des formalités douanières simplifiées.

Chapitre II : La logistique internationale

Tableau 5: Les modes de transport, leurs caractéristiques techniques, leurs avantages et inconvénients

Mode de Transport	Caractéristiques et Techniques	Avantages	Inconvénients
Maritime	<ul style="list-style-type: none"> -Diversité et adaptation aux matières pondéreuses transportées des différents types de navires. -Utilisation très Répandue du Conteneur : évite les ruptures de charge (gain de temps et de sécurité), réduire le coût de la manutention et des assurances. 	<ul style="list-style-type: none"> -Adapté aux expéditions lointaines -Prix avantageux sur certaines destinations. -Absence de rupture de charge -Possibilité de stockage dans les zones portuaires. -Faible consommation d'énergie. 	<ul style="list-style-type: none"> -Délais et sécurité parfois aléatoires -Fréquence des départs -Certaines lignes ne Transportent pas de Conteneurs. -Assurances et emballages plus Onéreux.
Aérien	<ul style="list-style-type: none"> -Appareils mixtes et tout cargo. -Chargement en ULD (Unité de chargement). 	<ul style="list-style-type: none"> - Rapidité, Sécurité, pour les marchandises -Diminution des frais financiers et de stockage. -Emballages et assurances moins couteux. 	<ul style="list-style-type: none"> -Coût au kilo relativement élevé -Peu adapté aux Marchandises de faibles valeurs -capacité limitée -Rupture de charge
Routier	<ul style="list-style-type: none"> -pratique de la Conteneurisation et Possibilité de combiner rail et route. 	<ul style="list-style-type: none"> -Délais relativement courts -Complément indispensable des Autres modes de transport -souplesse d'utilisation. 	<ul style="list-style-type: none"> -Délais et sécurité variables -Coût élevé pour les Destinations -Peu adapté aux grandes quantités
Ferroviaire	<ul style="list-style-type: none"> -Expédition par wagon isolé entre 5 et 60 tonnes de marchandises et possibilité de trains entiers pour des tonnages supérieurs. -Diversité du matériel disponible et utilisation de caisses mobiles. 	<ul style="list-style-type: none"> -Développement du transport combiné. -Coût avantageux et rapidité pour les longues distances. -Multiplication des délais garantis. 	<ul style="list-style-type: none"> -Inadapté aux distances courtes. -Ruptures de charge. - Limité du réseau ferroviaire.
Fluvial	<ul style="list-style-type: none"> -Utilisation des voies navigables naturelles et des canaux. 	<ul style="list-style-type: none"> -Prix très bas. -adapté aux marchandises pondéreuses. 	<ul style="list-style-type: none"> -Réseau fluvial limité -lenteur et donc immobilisation de la marchandise pendant le transport.
Colis postaux	<ul style="list-style-type: none"> -Expédition dans le monde entier de colis et de marchandises en petite quantité. -Simplicité et diversité des services. 	<ul style="list-style-type: none"> -formalités douanières simplifiés -Nombreux points de dépôt. -Livraison à domicile dans les zones les plus éloignées. 	<ul style="list-style-type: none"> -Poids et dimensions très limités. -Pas de réduction possible sur les prix. -Délais non garantis.

Source : HUBERT, 2017, p 70.

Chapitre II : La logistique internationale

4. Les risques et assurances liés au transport de marchandises

Quelque soit le mode de transport, les marchandises sont exposées à de nombreux risques, l'assurance est la solution unique de garantir les envois d'un chargeur durant leur acheminement.

4.1. Les risques liés au transport de marchandises

Transports routiers, ferroviaires, maritimes, fluviaux ou aériens, tous ces modes de transport comportent des risques pouvant endommager la marchandise. En effet, beaucoup d'aléas peuvent survenir durant la livraison : vol, perte, détérioration ...

Deux types de risques auxquels sont exposés les transporteurs sont à distinguer :¹³

- Les risques ordinaires.
- Les risques exceptionnels.

Selon le type de transport, les risques ordinaires peuvent être différents. En revanche, chaque type de transport comporte des risques. Nous pouvons distinguer plusieurs grands risques ordinaires :

- **L'incendie ou explosion** : considérés comme événements majeurs, les risques d'incendie ou d'explosion peuvent aussi bien provenir de la marchandise en elle-même que du moyen de transport, ce qui double le risque.
- **Les autres événements majeurs** : les autres événements majeurs peuvent être le naufrage, l'abordage, l'échouement, le déraillement de train, le crash d'avion ou le renversement/accident d'un camion.
- **L'humidité** : mer agitée, mauvaises conditions climatiques, tempête, forte pluie ... la mouille des marchandises représente l'un des risques ordinaires. Cette humidité peut amener à de graves avaries de la marchandise.
- **Le vol** : cela peut également être un détournement, ou une fraude. Cet acte est considéré comme un acte de piraterie.
- **Les forces dynamiques** : ces forces concernent les opérations de transport, c'est-à-dire le chargement, le déplacement, le déchargement ou encore l'entreposage.
- **La contamination** : le mauvais nettoyage du mode de transport, ou encore des matières toxiques stockés avec la marchandise peut amener à une contamination de celle-ci.

¹³ <http://www.logistiqueconseil.org/Articles/Transit-douane/Assurance-facultes.htm> consulté le 10/06/2020 à 10.48.

Chapitre II : La logistique internationale

- **La casse ou la perte** : c'est un risque très important surtout en transport aérien et routier.
 - **Les avaries communes** : elles correspondent à un sacrifice ou une dépense extraordinaire pour préserver le reste de la marchandise.
 - **La piraterie** : peut-être l'un des risques les plus anciens liés principalement au transport maritime.
 - **La manutention, le stockage ou l'arrimage** : fausses manœuvres ou manœuvres trop brusques ou encore défaillance des appareils de manutention.
- **Les risques exceptionnels**
- Les risques exceptionnels représentent principalement les risques de guerre ou de conflit, les engins et armes de guerre, la capture, les émeutes, le terrorisme ou encore les mouvements de grève.
 - Durant une période de guerre, la transaction peut être bloquée dans un port ou même être détruite par des bombardements. L'état de guerre requiert une jurisprudence, car la loi ne le définit pas strictement.
 - Le terrorisme est également et malheureusement un risque de plus en plus courant. Les transporteurs peuvent subir une attaque ou un détournement. Les routes et voies de chemin de fer sont facilement accessibles et représentent ainsi des cibles pour les attaques terroristes.
 - Le moyen de transport peut être une cible d'attentat, le chauffeur peut être contraint de conduire des terroristes à un lieu, la marchandise peut servir à cacher des armes ou des terroristes.
 - Ainsi, à cause de ces risques exceptionnels, les marchandises peuvent être perdues ou endommagées.

4.2. Assurance de la marchandise transportée

L'assurance de marchandises transportées est une opération par laquelle l'assuré se fait remettre, moyennant une prime, en cas de réalisation d'un risque, une prestation par l'assureur. Cette prestation est calculée à partir de la valeur d'assurance qui est au départ librement fixée par l'assuré, bien qu'à l'arrivée, en cas de sinistre, l'assureur dispose de 4 autres bases pour le calcul de l'indemnisation (Noumen, 2004, p :19) :

- Le prix de revient à l'arrivée, majoré de la marge bénéficiaire ;
- La valeur à destination au cours publié ;
- Le montant de la facture ;

Chapitre II : La logistique internationale

- La valeur de remplacement, sur présentation de facture.

Le coût de l'assurance selon J. Belloti, dépend :

- ✓ De la nature de marchandise : fragile, périssable, dangereux ; De la qualité de l'emballage l'assurance et du marquage ;
- ✓ Du mode de transport : air, mer, terre, en précisant que l'assurance air est environ un tiers moins chère que l'assurance mer ;
- ✓ De l'itinéraire de la zone géographique desservie ;
- ✓ De la garantie choisie, l'assuré ayant le choix entre différentes formules couverture « au tiers » à la couverture « tous risques ».

❖ **Type de police**

Police d'assurance document écrit, signé par l'assureur et l'assuré, qui constitue un contrat d'assurance et qui précise, d'une part, le montant de la prime que paie l'assuré et, d'autre part le capital assuré ainsi que la nature et la limite des risques couverts. Il existe quatre principales polices :

Chapitre II : La logistique internationale

Tableau 6: Les modes de transport, leurs caractéristiques techniques, leurs avantages et inconvénients

Police au voyage	Le choix de cette police se justifie pour des expéditions occasionnelles valables pour un trajet déterminé et pour une marchandise donnée. La prime est fixée lors de son établissement.
Police à alimenter	Cette police couvre plusieurs expéditions dans le cadre des contrats commerciaux dont les envois sont fonctionnés sur une période indéterminée, l'assuré informe l'assureur de chaque expédition par un « avis d'aliment », c'est-à-dire que l'assuré indique au préalable à l'assureur la nature, la composition et la valeur de l'expédition.
Police flottante	Cette police est valable quel que soit le mode de transport, la destination ou la nature de la marchandise et couvre automatiquement tous les envois faits par le même expéditeur pendant la durée de contrat. Durant cette période, l'assuré assure ses expéditions au fur et à mesure de ses besoins au moyen d'un carnet d'application.
Police tiers chargeur	Police mise à la disposition du client par un auxiliaire de transport. En cas de sinistre, c'est ce dernier qui constituera le dossier nécessaire à l'indemnisation.

Source: NOUMEN, 2004, p25.

5. Les différentes phases du transport :

Le tableau ci-après fait apparaître de façon concise les différentes phases de l'opération transport et la concomitance entre les opérations physiques et la gestion documentaire.

Chapitre II : La logistique internationale

Tableau 7: Présentation des opérations physiques ainsi que les obligations du vendeur et de l'acheteur et les documents appropriés

Opérations physiques	Obligation correspondantes du vendeur ou de l'acheteur	Documents correspondant
Préparation, étiquetage, et emballage	Ces opérations sont toujours à la charge du vendeur. L'étiquetage permet d'identifier la marchandise, de la rechercher en cas de perte, de donner des consignes de manutention. L'emballage doit être adapté au produit et au transport choisi. Il peut répondre à certaines normes.	-Liste de colisage ou note de poids. -Certificats correspondant aux contrôles exigés par le client (certificat de qualité, de quantité par exemple.) -Documents commerciaux (facture notamment).
Remise de la marchandise au transporteur	L'acheteur doit communiquer au vendeur les coordonnées du transporteur ou du commissionnaire chargé de l'expédition, il doit ainsi indiquer les références du consignataire de la marchandise et le lieu et les modalités de réception de la marchandise.	-Instructions de transport ou ordre d'enlèvement donné par le vendeur ou l'acheteur. -Attestation de remise au transitaire. -Documents de transport -Avis d'aliment pour les polices d'abonnement -Certificat d'assurance s'il y a lieu.
Contrôle de la marchandise au départ	Le transporteur ou le commissionnaire effectue des contrôles sur les quantités, la nature des marchandises remises et leur état apparent. Ces contrôles ainsi que la responsabilité du chargement peuvent varier en fonction des modes de transport requis.	-Les contrôles peuvent donner lieu à des réserves notées sur le document de transport.
Dédouanement export	A la charge du vendeur dans tous les cas.	-Documents exigés par la douane.
Contrôle des marchandises à l'arrivée	La réception des marchandises implique une opération de déchargement à la charge du destinataire sauf dans les envois de détail par la route ou le fer ou le transport en FCL. Le contrôle porte sur le nombre, le poids et l'état des colis et de la marchandise. En cas d'avaries ou de manque, des réserves doivent être faites.	-La signature du document de transport, ou de la lettre de voiture, ou du bon de livraison. - Les réserves éventuelles sont portées sur tous les exemplaires du document de transport ou le bon de livraison pour les dommages non apparents, les réserves sont faites par lettre recommandée dans un délai maximum.
Dédouanement import	Il est toujours à la charge de l'acheteur.	Documents exigés par la douane.

Source : (Ghislaine, Hubert; 2007).

Chapitre II : La logistique internationale

6. Les critères du choix d'une solution logistique dans une opération d'exportation

Organiser une opération d'exportation ou d'importation de marchandise conduit inévitablement à la mise en place d'une solution transport faisant intervenir plusieurs aspects (Moïse, 2013, P ;389 et 390) :

Le coût : l'entreprise prendra en compte tous les éléments de coût sur lesquels influe la solution choisie. Il s'agit de considérer le coût de transport proprement dit, le coût de l'emballage, le coût de l'assurance, le coût de stockage, le coût de prestation de service et enfin le coût administratif interne.

Le coût de transport proprement dit, sera apprécié de bout à bout c'est à dire en incluant les près et le post acheminement éventuels.

Les délais : bien sûr, seul le délai de port à port est un critère significatif. Il est important donc de prendre en compte :

- les délais de transport proprement dit (transit – time).
- les délais d'attente du moyen de transport.
- les délais nécessaires aux formalités douanières.

La sécurité de l'acheminement : Avant tout, ce que l'on doit rechercher chez un bon prestataire de transport routier ou de transport logistique, c'est la sécurité car l'objectif ultime d'un transport est de pouvoir s'assurer de la bonne livraison à destination des produits, dans toute leur intégrité.

Personne ne souhaite recevoir des produits à moitié brisés ou des containers dont les contenus liquides sont à moitié renversés.

La sécurité lors du transport est la condition primordiale à prendre en compte lors du choix d'un prestataire de transport logistique, car cet aspect jugera de l'efficacité du service de transport, surtout lorsqu'il s'agit d'un transport logistique de produits dangereux. Un transport fiable et sûr garantit le succès d'une bonne livraison et contribue également à la réussite et au professionnalisme de la société.

La qualité : la qualité est un gage de performance chez un bon prestataire de transport ;

Un produit doit être livré à l'heure dite, au bon endroit et aux bonnes personnes ;

Tous les transporteurs doivent respecter ces trois conditions qui garantissent la satisfaction des clients.

Chapitre II : La logistique internationale

L'efficacité :

Un bon prestataire de transport est efficace lorsqu'il réussit à combiner à la fois la performance de son management de la qualité et la sécurité du transport dans le but de développer un partenariat durable avec sa clientèle.

Conclusion :

Dans ce deuxième chapitre la logistique était présentée comme étant une fonction importante dans les opérations à l'international, spécifiquement dans les activités d'exportations. C'est la bonne démarche pour la livraison des produits au bon endroit et au bon moment. Elle est devenue un élément majeur pour les entreprises, non seulement pour augmenter le chiffre d'affaires mais aussi pour avoir une bonne performance logistique ainsi que l'amélioration des partenariats avec l'ensemble des acteurs de la chaîne d'approvisionnement.

**Chapitre III : La présentation des
exportations hors hydrocarbures en
Algérie**

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Chapitre III : La présentation des exportations hors hydrocarbures en Algérie

L'économie algérienne est totalement dépendante des hydrocarbures et de la fluctuation de leur prix contrairement aux exportations hors hydrocarbures qui restent marginale du total de nos exportations, même si on note une progression d'année en année.

Depuis le passage de l'économie algérienne à l'économie de marché dans les années 1990, plusieurs mesures de soutien en faveur des exportateurs algériens ont été mises en œuvre par le gouvernement pour enrichir le financement de l'économie nationale et pour assurer les meilleures conditions de son intégration dans le processus de mondialisation et d'échange avec le reste du monde. Parmi ces actions, il y a eu la création de différents organismes ayant pour but la promotion des exportations hors hydrocarbures.

Ce chapitre est composé de deux sections, qui fera l'objet d'étudier le cadre général des exportations hors hydrocarbures en Algérie. Dans la première section nous présenterons le commerce extérieur en Algérie, ensuite dans la deuxième un aperçu sur les exportations hors hydrocarbures.

Section 1 : Le contexte algérien

Nous allons aborder dans cette section l'histoire du commerce extérieur en Algérie depuis l'indépendance, ainsi que l'évolution de la balance commerciale en Algérie.

1. Description de l'économie Algérienne

L'évolution de l'histoire du commerce extérieur en Algérie a été balancée entre le monopole de l'Etat après l'Indépendance et la libéralisation des échanges (depuis 1990) selon la réglementation en vigueur marquant deux grandes périodes distinctes.

➤ Phase du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur

Dans le but de protéger l'économie nationale, après l'indépendance, l'Etat algérien a mis en place une économie socialiste où le secteur public était prédominant et prioritaire, le commerce extérieur y compris, étant stratégique. Ce dernier a été géré par l'Office National de la Commercialisation (ONACO), créé en 1963¹⁴ et les Groupements Professionnels d'Achat

¹⁴<http://www.mincommerce.gov.dz/>, Bilan des actions du secteur du commerce réalisées durant la période 1962-2012, mai 2012, p.3, consulté le 15/05/2020 à 20h.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

(GPA). Cet Office tout comme beaucoup d'autres organismes et entreprises publics se sont vus, au fur et à mesure de leur création, attribués des monopoles à l'exportation et à l'importation des produits relevant de leurs sphères de compétence, soit pour répondre aux besoins de leurs unités de production, soit pour satisfaire ceux de la consommation aussi, par décret du 16 mai 1963, un cadre réglementaire de contingentement pour l'importation des marchandises a été définie, en déterminant les produits devant faire l'objet d'une réglementation spéciale d'une part, et les produits qui sont soumis aux licences d'importation, dans le but de protéger la production nationale et de favoriser l'équilibre de la balance des paiements.

En janvier 1974, le commerce extérieur est entré dans une phase d'organisation à travers l'instauration des programmes dits : « Programme Général d'Importation » (P.G.I), à travers l'ordonnance 74-112 qui distingue ¹⁵:

- Marchandises importées dans le cadre d'une autorisation globale d'importation (AGI) délivrée à une entreprise publique.
- Marchandises contingentées dans l'achat à l'extérieur nécessite une autorisation de ministère du commerce.

La loi n° 78-02 du 11 février 1978 consacre le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur. Elle énonce explicitement que l'importation et l'exportation des biens, fournitures et services de toutes natures sont du ressort exclusif de l'Etat.

La promulgation de cette loi apporte plusieurs modifications aux importations et exportations à savoir: ¹⁶

- d'organiser les choix et priorités dans les échanges extérieurs, conformément aux orientations, décisions et directives en la matière déterminés par le gouvernement ;
- de stimuler le développement et l'intégration de la production nationale ;
- de favoriser la diversification des sources d'approvisionnement du pays et la réduction des importations et leurs coûts ;
- de contribuer à la promotion des exportations.

¹⁵ <http://www.mincommerce.gov.dz/>, Bilan des actions du secteur du commerce réalisées durant la période 1962-2012, mai 2012, p.3, consulté le 15.05.2020 à 21h.

¹⁶ Idem.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

L'instauration du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur a été pénalisante (lourdeur, bureaucratie, favoritisme, ...) pour le secteur public lui-même, pour les investisseurs et aussi les consommateurs.

A la fin des années, 1980, l'Algérie subissait une crise causée par le contre choc pétrolier de 1986. Au début, des années 1990, elle a dû signer un programme d'ajustement structurel avec le FMI, pour voir sa dette rééchelonnée. La signature de ce programme, engageait le pays, dans la voie de la libéralisation de son économie.

✓ Phase de libéralisation du commerce extérieur

Au début des années 1990, selon Chelghem, (2008) l'Algérie a engagé un processus d'ouverture de son économie et du commerce extérieur. A partir de 2000, cet engagement se consolide, à travers la signature d'accords commerciaux internationaux.

Le processus de la libéralisation du commerce extérieur a été mis en place progressivement dans le sillage des réformes portant sur l'autonomie des entreprises publiques (1988) et la promulgation en 1990, la loi de 90/10 du 14/04/1990 relative à la monnaie et au crédit, qui a en particulier consacré le principe de la libéralisation de financement des transactions courantes.

De son côté, la Banque d'Algérie a publié en 1990 trois règlements n° 90/02 du 8/9/1990, 91/12 du 14/8/1991 et 91/13 du 14/8/1991, portant respectivement sur les conditions d'ouverture et de fonctionnement des comptes devises des personnes morales, sur la domiciliation des importations, sur la domiciliation et sur le règlement financier des exportations hors hydrocarbures.

Dans le même sillage, le décret n° 91-37 du 13 février 1991, relatif aux conditions d'intervention en matière du commerce extérieur, défini dans ses articles 2 et 3, les personnes physiques et morales pouvant exercer dans les domaines d'importation et d'exportation.

Selon Sebti, (1999), l'installation des firmes étrangères ou nationales (concessionnaires ou grossistes) est autorisée par la loi 90-16, par la circulaire 63 du 20 août 1990 et par le règlement 90-04 de la Banque d'Algérie.

A partir de 2000 d'autres mesures sont prises, notamment: Une révision du tarif douanier Algérien et son plafonnement à 5%,15% et 30% ont été introduits au début de

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

l'année 2001. Par ailleurs, une décision d'annulation de la valeur administrée du Dinar a été prise simultanément avec la levée des barrières non tarifaires.

De plus, le décret 03/02 du 19/07/2003, portant création de zones franches est intervenu pour développer les opérations du commerce extérieur. Cette initiative a été annulée deux ans plus tard.

Enfin, l'Ordonnance du 03-04 du 19 juillet 2003, relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation et d'exportation, en énonçant explicitement que les opérations d'importation et d'exportation se réalisent librement.

2. L'évolution du commerce extérieur en Algérie

Les statistiques des importations et des exportations de marchandises au titre des onze mois de l'année 2019 sont comme suite :

2.1. A l'importation

✓ La structure des importations par groupe de produit

Pour bien suivre l'évolution des importations en Algérie durant les 11 mois 2018 et la même période pour l'année 2019, le tableau 8 et la figure 6 ci dessous nous fournissent les informations nécessaires.

Les importations globales ont marqué un repli de 8,66% durant les onze mois de l'année 2019 par rapport à la même période de 2018, en passant de 42,01 milliards USD à 38,37 milliards USD.

Leur répartition par groupes d'utilisation fait ressortir ce qui suit:

- Des baisses de l'ordre de 17,68% , 16,04%, 6,94%, 3,67% et de 3,03% respectivement pour les biens d'équipements industriels, les biens d'équipements agricoles, les biens alimentaires, les demi produits et les biens de consommation non alimentaires.
- Des hausses de l'ordre de 13,84% et de 1,70 % concernant les groupes «énergie et lubrifiants» et «produits bruts».

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 8: Evolution de la répartition des importations par Groupes d'Utilisation.

GROUPES D'UTILISATION	11 MOIS 2018			11 MOIS 2019*			Classement	Evolution (%)
	DZD	USD	Structure (%)	DZD	USD	Structure (%)		
Biens alimentaires	915 545,83	7 863,41	18,72	873271,18	7 317,77	19,07	3	-6,94
Energie et Lubrifiants	117 030,47	1 005,15	2,39	136 548,21	1 144,24	2,98	6	13,84
Produits Bruts	205 006,63	1760,75	4,19	213 694,88	1 790,70	4,67	5	1,70
Demi-produits	1146 675,16	9 848,53	23,44	1132098,93	9 486,67	24,72	2	-3,67
Biens d'Equipements Agricoles	59 925,50	514,69	1,23	51 568,98	432,13	1,13	7	-16,04
Biens d'Equipements Industriels	1731 899,10	14874,88	35,41	1461331,66	12245,55	31,91	1	-17,68
Biens de Consommation (non- alimentaires)	715 042,02	6 141,33	14,62	710 670 ,25	5 955,22	15,52	4	-3,03
Total	4 891124,71	42008,75	100,00	4579184,09	38372,29	100,00		-8,66

Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_come xt_11_mois_19_vf.pdf

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

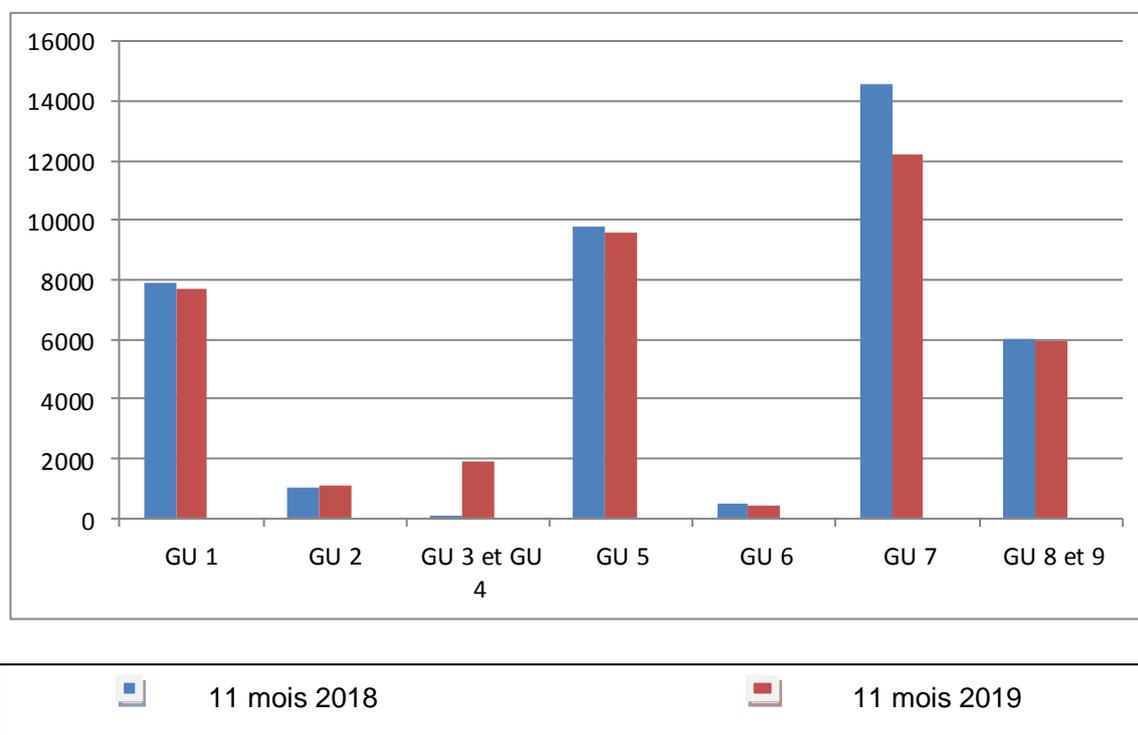
L'examen des principaux produits par Groupes d'Utilisation fait ressortir les résultats suivants ¹⁷:

- ✓ Les importations des « biens d'équipements industriels » au cours des onze mois de l'année 2019 s'élèvent à 12,25 milliards USD, occupant ainsi le premier rang dans la structure des importations globales avec une part de 31,91 %.
 - ✓ Les importations du Groupe d'Utilisation « demi-produits » représente une part près d'un quart (1/4) des importations globales au cours des onze mois de l'année 2019.
 - ✓ Le groupe des « biens alimentaires» vient toujours en troisième position dans la structure des importations réalisées durant les onze mois de l'année 2019 avec une part de 19,07 % de la valeur globale.
 - ✓ Le groupe de « biens de consommation non alimentaires » qui renferme les Groupes d'Utilisations (8 et 9) occupe le 4ème rang dans la structure des importations, représentant une part de 15,52 % avec une valeur de 5,96 milliards USD au cours des onze mois de l'année 2019.
 - ✓ Le groupe des « produits bruts » occupe le 5 ème rang dans la structure des importations réalisées durant les onze mois de l'année 2019 avec une part de 4,67 % de la valeur globale, soit 1,79 milliard USD.
 - ✓ Le groupe « Energie et lubrifiants » se positionne au 6ème rang dans la structure des importations avec une part de 2,98 %, soit une valeur de 1,14 milliard USD.
 - ✓ le groupe de « biens d'équipements agricoles » occupe le dernier rang dans la structure des importations avec une part très faible de l'ordre de 1,13 % et une valeur de 432,13 millions USD.
- ❖ La faible présence des exportations hors hydrocarbures Algérien dans le monde revient aux problème liée à la logistique tel que le manque d'infrastructure... etc.

¹⁷file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_comext_11_mois_19_vf.pdf, consulté le 18/07/2020 à 21.30.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Figure 6: Les importations par groupes d'utilisation au cours des onze mois de l'année 2018-2019



Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_come xt_11_mois_19_vf.pdf

2.2. A l'exportation

Pour la période 11 mois de 2019, les hydrocarbures contiennent à représenter l'ensemble des ventes algériennes à l'étranger avec une part moyenne de 92,76% du volume global des exportations, marqué par une baisse non négligeable de l'ordre 14,65% par rapport à la même période de l'année 2018.

De ce tableau, il ressort que les exportations hors hydrocarbures demeurent marginales pour l'année 2019, avec seulement 7,24 de la valeur globale des exportations, soit l'équivalent de 2,36 milliard USD, en enregistrant ainsi une baisse de 11,70 par rapport à l'année 2018. (Tableau 9).

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 9: Evolution des exportations pendant les onze mois 2018-2019

A l'exportation	11 MOIS 2018			11 MOIS 2019			Evolution (%)
	DZD	USD	Structure (%)	DZD	USD	Structure (%)	
Produits hydrocarbures	4126545,51	35450,39	92,98	3610220,56	30 256,30	92,76	-14,65
Produits hors hydrocarbures	311 460,05	2675,69	7,02	281 896,42	2 362,66	7,24	-11,70
Total	4 438 005,56	38 126,08	100%	3892 116,98	32618,96	100%	-14,44

Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_come xt 11 mois 19 vf.pdf

Les groupes de produits exportés les 11 mois de l'année 2019 en dehors des hydrocarbures sont constitués essentiellement par le groupe « demi produits » qui enregistre une valeur globale de 1,78 milliard USD, le groupe «biens alimentaires» vient en seconde position avec une valeur de 380,46 millions USD, suivi par le groupe «produits bruts» avec une valeur de 87,39 millions USD et enfin, les groupes «biens d'équipements industriels», «biens de consommations non alimentaires» et «biens d'équipements agricoles» ayant enregistré les valeurs respectives de 79,07 millions USD, 34,17 millions USD et de 0,25 millions USD.(Tableau 10).

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 10: Evolution des exportations hors hydrocarbures par Groupes d'Utilisation.

GROUPES D'UTILISATIO	11 MOIS 2018			11 MOIS 2019			Evolution (%)
	Intitulé GU	DZD	USD	Structure (%)	DZD	USD	
Biens alimentaires	39903,78	342,81	12,81	45397,20	380,46	16,10	10,99
Produits Bruts	10255,87	88,11	3,29	10427,24	87,39	3,70	-0,81
Demi-produits	247770,38	2128,55	79,55	212548,60	1781,2	75,39	-16,31
Biens d'Equipements Agricoles	34,81	0,30	0,01	30,29	0,25	0,01	-15,12
Biens d'Equipements Industriels	9 861,92	84,72	3,17	9 434,29	79,07	3,35	-6,68
Biens de Consommation (non- alimentaires)	3 633,28	31,21	1,17	4 076,82	34,17	1,45	9,46
Total	311460,04	2675,70	100	281914,43	2362,66	100	-11,70

Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_comext_11_mois_19_vf.pdf

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

2.3. La balance commerciale

La balance commerciale de l'Algérie demeure excédentaire grâce aux revenus que génèrent les exportations hydrocarbures et qui continuent à couvrir les importations du pays. Cette situation n'est pas signe d'une économie solide puisque la croissance économique n'est pas tirée par des secteurs différents comme industriel ou agricole et même tertiaire dynamiques.

En revanche, la primauté du secteur énergétique n'a pas permis la floraison des autres secteurs, ce qui explique d'ailleurs la part insignifiante des exportations hors hydrocarbures dans le total des exportations Algériennes.

2.3.1 Evolution de la balance commerciale de l'Algérie

On remarque d'après le tableau 11 et la figure 7 que le commerce extérieur des marchandises a enregistré au cours des onze mois de l'année 2019 ce qui suit :

- ✓ Un volume global des importations de **38,37** milliards USD, soit un recul de **8,66%** par rapport aux résultats de la même période de l'année 2018.
- ✓ Un volume global des exportations de **32.62** milliards USD, soit une baisse de l'ordre de **14,44%** par rapport aux résultats de la même période de l'année 2018.
- ✓ Un déficit de la balance commerciale de l'ordre de **5,75** milliards USD. Ces résultats dégagent un taux de couverture des importations par les exportations de l'ordre de **85,01%** durant les onze mois de l'année 2019, contre un taux de **90,76%** pour la même période en 2018.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

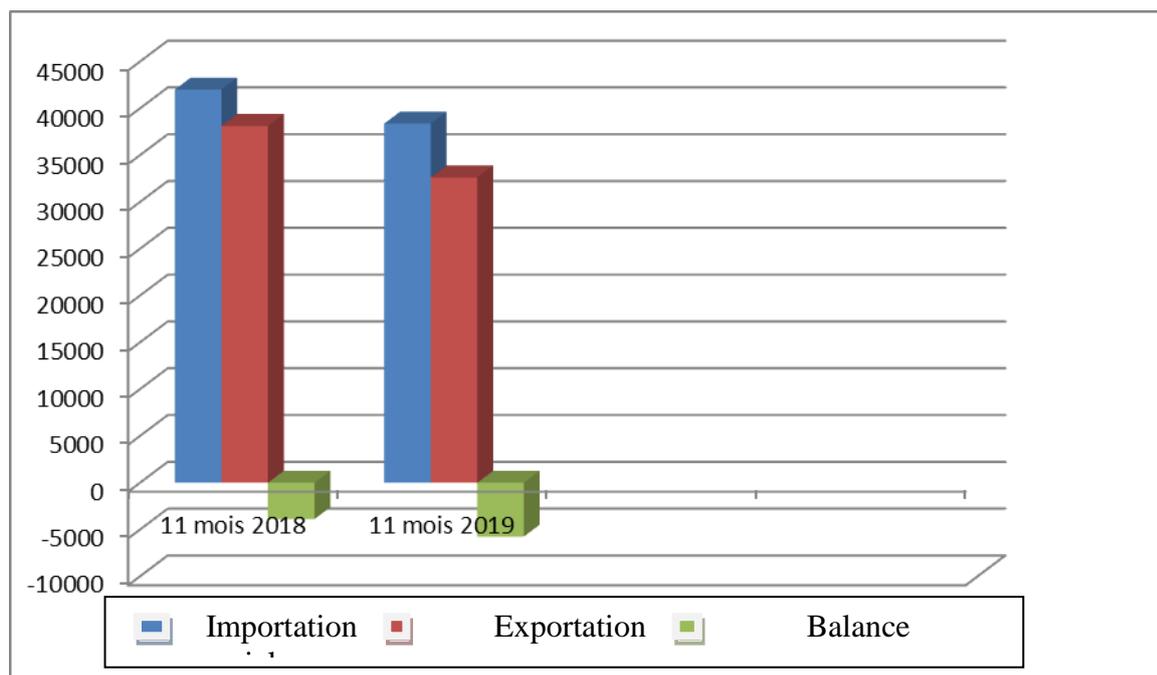
Tableau 11: Evolution de la balance commerciale de l'Algérie

	11 MOIS 2018		11 MOIS 2019		Evolution (%)	
	DZD	USD	DZD	USD	DZD	USD
Importations	4 891124,71	42 008,75	4579184,09	38 372,29	-6,38	-8,66
Exportations	4 438005,56	38 126,08	3892116,98	32 618,96	-12,30	-14,44
Balance Commerciale	-453 119,16	-3 882,67	-687067,11	-5 753,33	51,63	48,18
Taux de Couverture (%)	90,76		85,01			

Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%20C3%A9m%20C3%A9%20chapitre/net%20alg%20C3%A9rie/rapport_comext_11_mois_19_vf.pdf

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Figure 7: Evolution de la balance commerciale au cours des onze mois 2018-2019.



Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_comext_11_mois_19_vf.pdf

2.4. Echanges commerciaux par zone géographique

En termes de répartition des échanges commerciaux (import-export) de l'Algérie par zone géographique au cours des onze mois de l'année 2019, l'exploitation du tableau montre clairement que l'essentiel de ces échanges reste toujours polarisé sur les partenaires traditionnels. En effet, les pays de l'Europe enregistrent une part de 57,52 % de la valeur globale des échanges commerciaux au cours des onze mois de l'année 2019, soit un montant de 40,84 milliards USD contre 46,93 milliards USD enregistré durant les onze mois de l'année 2018.

Les pays de l'Asie viennent en seconde position des flux commerciaux avec une part de 24,36 %, en passant de 17,39 milliards USD à près de 17,30 milliards USD pour les périodes considérées. (Tableau 12)

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

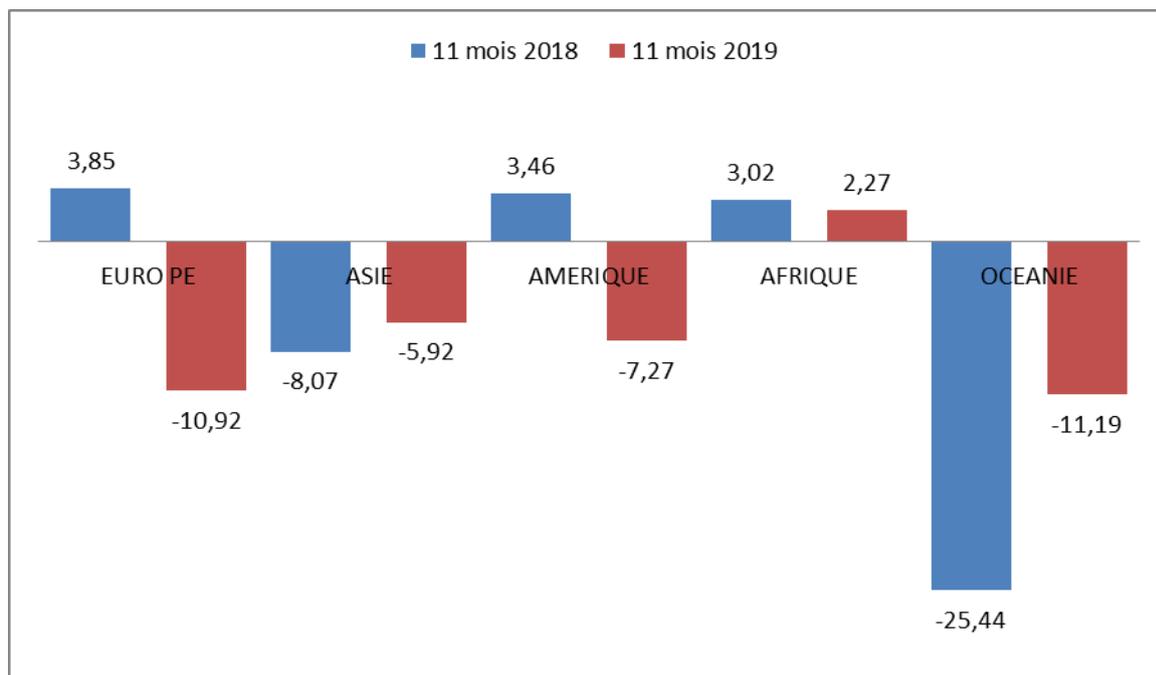
Tableau 12: Echanges commerciaux de l'Algérie (import-export) Période : onze mois 2018-2019

Zone géographique	11 mois 2018		11 mois 2019		Evolution (%)
	Valeur	structure (%)	Valeur	structure (%)	
EUROPE	46925.75	58.56	40835.39	57.52	-12.98
Dont : UNION EUROPEENNE	40807.59	50.92	35193.84	49.57	-13.76
ASIE	17388.33	21.70	17295.49	24.36	-0.53
CHINE	8279.33	10.33	8687.11	12.24	4.93
INDE	2638.28	3.29	2355.61	3.32	-10.71
REP DE COREE	2246.51	2.80	2083.16	2.93	-7.27
AUTRE	15820.75	19.74	12860.37	18.12	-18.71
Total général	80134.83	100	70911.25	100	-11.41

Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_come xt_11_mois_19_vf.pdf

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Figure 8: Taux de croissance des importations par zone géographique (en %) durant les onze mois 2018-2019.



Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_comext_11_mois_19_vf.pdf

Les pays de l'Europe

Les pays de l'Europe sont toujours les principaux partenaires de l'Algérie, avec les proportions respectives de 53.23 % au titre des importations et de 62.57% au titre des exportations au cours des onze mois de l'année 2019.

Par rapport à la même période de l'année 2018, les importations en provenance de l'Europe ont enregistré une baisse de l'ordre de 10.92%. Il en est de même pour les exportations de l'Algérie vers ces pays, ayant enregistré une baisse près de 3.59 milliards USD, soit un taux de 14.94%.

▪ Les pays de l'Asie

Les pays de la région d'Asie viennent en seconde position à hauteur de 29,45 % des importations de l'Algérie et de 18,38 % de ses exportations.

Par rapport aux onze mois de l'année 2018, les exportations vers les pays d'Asie ont enregistré une augmentation de près de 11,5 %, en passant de 5,38 milliards USD à près de 6 milliards USD durant la période considérée.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Par contre, les importations de l'Asie ont enregistré une diminution non négligeable estimée à près de 711 millions USD, soit un taux de l'ordre de 5,92 %.

A noter aussi que l'essentiel des échanges commerciaux de l'Algérie avec cette région sont réalisés avec la Chine (principal fournisseur de l'Algérie) suivie par l'Inde et la République de Corée, avec les parts respectives de 18,55 %, 2,38 % et de 2,06 % pour les importations, de 4,81 %, 4,42 % et de 3,96 % concernant les exportations.

▪ **Les autres régions**

Les échanges commerciaux entre l'Algérie et les autres régions géographiques restent toujours marqués par de faibles proportions.

Massivement, il convient de noter ce qui suit :

- Un volume global des échanges avec les autres régions géographiques (Amérique, Afrique, Océanie) affiche une régression de 18,71 % par rapport aux onze mois de l'année 2018, en passant de près de 15,82 milliards USD à 12,86 milliards USD.
- Un volume global des échanges avec les pays d'Amérique a enregistré une baisse d'un peu plus d'un quart (26,42 %) par rapport aux onze mois de l'année 2018, en passant de 12,01 milliards USD à 8,84 milliards USD durant la même période de l'année 2019.
- Un volume des échanges avec les pays de l'Afrique a enregistré une légère diminution de près de 0,70 % par rapport aux onze mois de l'année 2018, en passant de 3,14 milliards USD à 3,11 milliards USD en 2019.
- Les pays de la région de l'Océanie ont enregistré une augmentation dans la valeur globale de leurs échanges avec un taux de 34,72 % durant les onze mois de l'année 2019, puisque le volume global des échanges commerciaux avec cette région est passé de 675,52 millions USD à 910,08 millions USD durant la période considérée.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

2.5. Les principaux partenaires commerciaux de l'Algérie

2.5.1. Les principaux fournisseurs

En ce qui concerne la répartition des importations par partenaire commercial, les cinq premiers fournisseurs de l'Algérie représentent 50,60 % des importations globales et ce, pour les onze mois de l'année 2019.

La Chine érigée en principal fournisseur durant les onze mois de l'année 2019, a contribué à hauteur de 18,55 % des importations de l'Algérie, suivie par la France, l'Italie, l'Espagne et l'Allemagne avec des parts respectives de 10,09 %, 7,98 %, 7,06 % et de 6,92 %. L'importation de l'Algérie par ces pays s'explique par la dominance de ces pays sur le marché mondial des produits de nécessité de l'Algérie, plus les coûts favorable pour satisfaire la demande locale.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 13: Les principaux pays fournisseurs de l'Algérie.

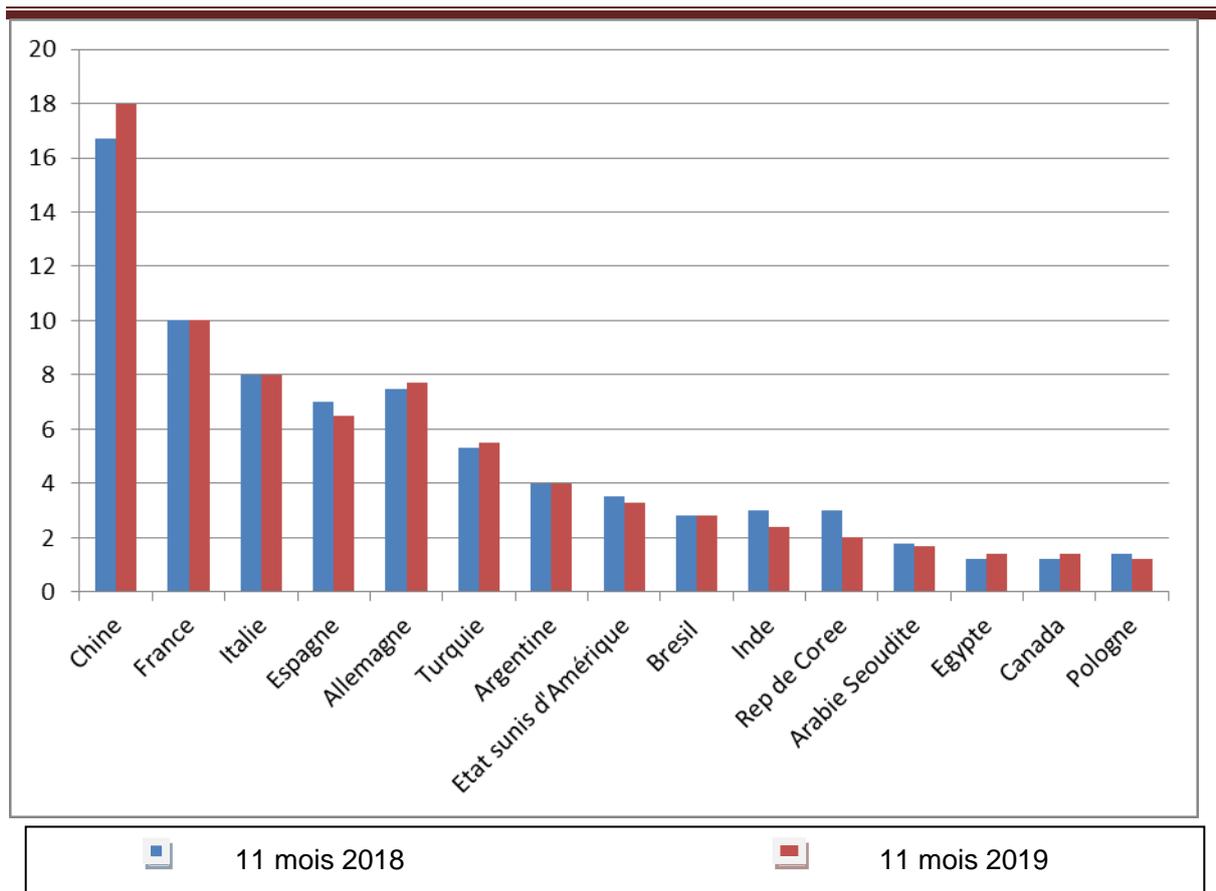
Unité million USD

Principaux fournisseurs	Valeur	Structure (%)	Taux cumulé (%)
CHINE	7116.82	18.55	18.55
France	3873.36	10.09	28.64
Italie	3060.70	7.98	36.62
Espagne	2709.45	7.06	43.68
Allemagne	2657.03	6.92	50.60
TURQUE	2049.71	5.34	55.94
ARGENTINE	1603.91	4.18	60.12
ETAT UNIS D'AMERIQUE	1292.22	3.37	63.49
BRESIL	1033.33	2.69	66.18
INDE	914.65	2.38	68.57
REP DE COREE	790.64	2.06	70.63
ARABIE SAOUDITE	573.66	1.49	72.12
EGYPTE	533.13	1.39	76.21
CANADA	527.65	1.38	73.50
POLOGNE	509.00	1.33	74.83
Sous total	29245.26	76.21	
Reste du monde (184 pays)	9127.03	23.79	100.00
Total général	38372.29	100%	

Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%20C3%A9m%20C3%A9%20chapitre/net%20alg%20C3%A9rie/rapport_comext_11_mois_19_vf.pdf

Figure 9: Taux de croissance des importations par zone géographique (en %) durant les onze mois 2018-2019.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE



Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_comext_11_mois_19_vf.pdf

2.5.2. Les principaux clients

Durant les onze mois de l'année 2019, les cinq premiers clients de l'Algérie représentent près de 57,40 % des exportations algériennes, comme repris dans le tableau 14 ci-contre.

A ce titre, la France est le principal client de l'Algérie avec une part de 14,16 %, suivie par l'Italie, l'Espagne, les USA et la Turquie avec des parts respectives de 13,19 %, 10,98 %, 6,71 % et de 6,18 %. L'exportation vers ces pays s'explique par le besoin des produits disponible en Algérie et les relations commerciales, économiques et politiques entre eux et la position géographique favorable pour les deux parties.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 14: Principaux pays clients de l'Algérie.

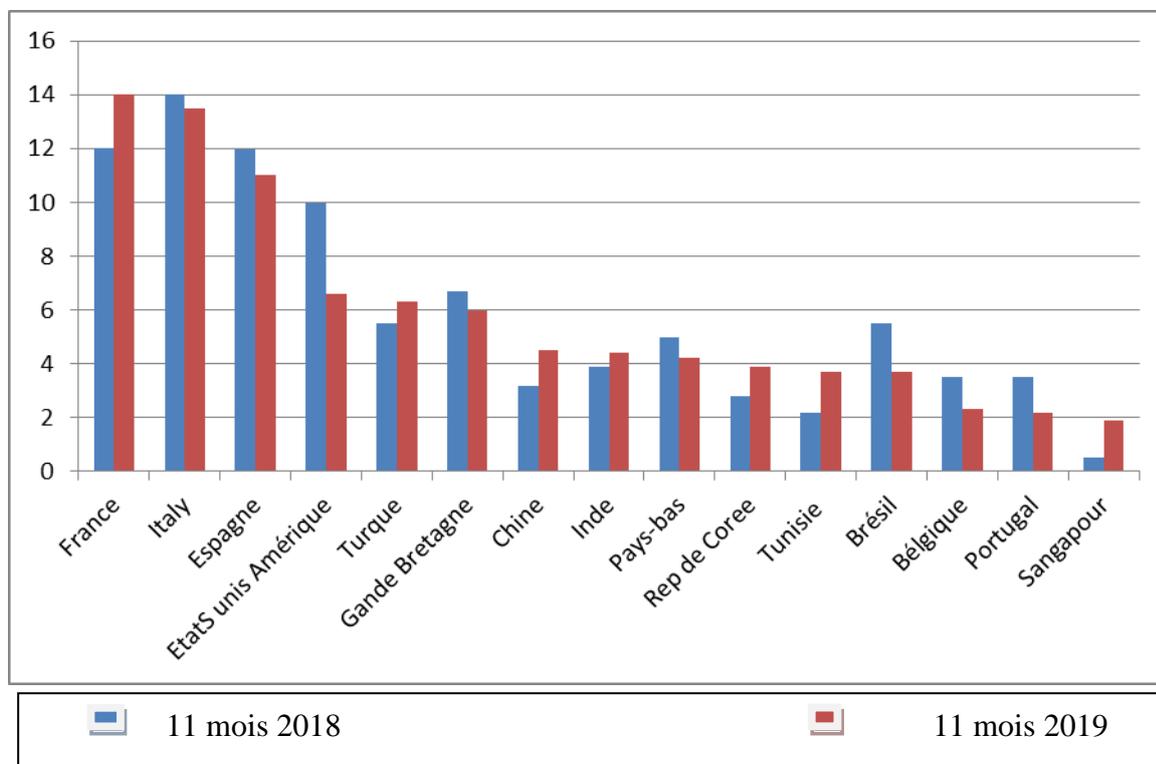
Unité : million USD

Principaux clients	Valeur	Structure (%)	Taux cumulé (%)
France	4619.78	14.16	14.16
Italie	4303.07	13.19	27.35
Espagne	3580.04	10.98	38.33
Etat unis d'Amérique	2187.25	6.71	45.04
Turquie	2015.92	6.18	57.38
Grande Bretagne	2011.92	6.17	51.20
Chine	1570.29	4.81	62.20
Inde	1440.96	4.42	70.86
Pays-Bas	1383.34	4.24	66.44
Rep de Coree	1292.52	3.96	78.40
Tunisie	1168.09	3.58	74.44
Bresil RESIL	1136.81	3.49	81.88
Belgique	737.83	2.26	84.15
Portugal	719.28	2.21	86.35
Singapour	535.71	1.64	87.99
Sous total	28702.79	87.99	
Reste du monde (141 pays)	3916.16	17.01	100.00
Total général	32618.96	100%	

Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_come xt_11_mois_19_vf.pdf

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Figure 10: Parts des principaux clients (en % du total des exportations) durant les onze mois 2018-2019.



Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_comext_11_mois_19_vf.pdf

3. Les accords commerciaux et décisions des organismes internationaux

Dans cette partie, nous essayerons de révéler les principaux accords commerciaux entre l'Algérie et d'autres pays, en matière des échanges commerciaux qui sont l'UE, les pays Arabes et la Jordanie.

3.1. L'accord d'association Algérie- Union Européenne (UE)

L'Accord d'association Algérie- UE a été signé à Valence (Espagne) en avril 2002, est entré en vigueur le 1er septembre 2005, devrait aboutir à la mise en place d'une zone de libre-échange à l'horizon 2020 (au lieu de 2017, suite à la révision de l'accord). Cet accord peut

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

peut-être positif pour l'Algérie, si la production nationale est diversifiée et si, elle est concurrentielle, en termes de qualité et de prix.¹⁸

Cette convention s'inscrit dans le contexte du processus de Barcelone initié par l'Union Européenne pour développer les relations de coopération avec les pays Sud Méditerranéens tout en visant la mise en place à long terme d'une «zone de prospérité partagée». Celle-ci, ne se limite pas uniquement à la création d'une zone de libre-échange mais intègre aussi bien les aspects économiques (volet commercial, coopération économique et financière, investissements) que les dimensions politiques, sociales et culturelles nécessaires pour un développement durable.

Les principaux objectifs de cet accord sont les suivants :

- Fournir un cadre approprié au dialogue politique permettant aux deux parties de coopérer dans tous les domaines qu'elles estimeront pertinents.
- Développer les échanges et fixer les conditions de la libéralisation progressive des échanges de biens, de services et de capitaux.
- Favoriser les échanges des ressources humaines notamment dans le cadre des procédures administratives.
- Promouvoir la coopération dans les domaines économique, social et culturel.

3.2. L'accord Algérie et Grande Zone Arabe de Libre Echange (GZALE)

L'accord de l'Algérie avec la GZALE est entré en vigueur au début de l'année 2005, c'est une alliance économique entre pays arabes pour une complémentarité économique et des échanges commerciaux.

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

La GZALE regroupe actuellement 19 pays, à savoir l'Algérie (L'Algérie est membre depuis 2009), la Jordanie, l'Egypte, les Emirats Arabes Unies, le Bahreïn, la Tunisie, l'Arabie Saoudite, le Soudan, la Syrie, l'Iraq, le Sultanat d'Oman, la Palestine, le Qatar, le Koweït, le

¹⁸ <http://www.mincommerce.gov.dz/> , le site du ministère du commerce algérien consulté le 20 /07/2020 à 22h.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Liban, la Libye, le Maroc, la Mauritanie et le Yémen. Durant l'année 2013, le volume des échanges entre l'Algérie et les pays de la GZALE s'est établi à 7,05 milliards de dollars contre 5,3 milliards de dollars en 2012. Les exportations algériennes vers cette zone ont augmenté de seulement 19% au moment où les importations se sont accrues de 49% sur un an, souligne une étude d'ALGEX sur l'impact de l'accord de libre échange sur le commerce de l'Algérie avec cette zone.

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

La convention de l'accord de libre-échange entre l'Algérie et la Jordanie a été signée le 19 mai à Alger et ratifiée par le décret présidentiel n° 98-252 le 8 août 1998. Etablie entre les deux pays. Cette convention est entrée en vigueur le 31 janvier 1999, pour encourager l'échange de marchandises entre les deux pays.¹⁹

Le régime tarifaire applicable aux exportations algériennes vers la Jordanie est exonéré des droits de douane, des taxes et d'impôts. De même pour les produits d'origine jordanienne, à leur entrée en Algérie, sont exonérés des droits de douanes, à l'exception des produits cités dans la liste négative, afin de sauvegarder la morale, la sécurité et l'ordre publics, la santé des personnes ou la protection de la flore, de l'environnement. Les produits d'origine algérienne exportés directement vers la Jordanie doivent être accompagnés d'un certificat d'origine, délivré par la chambre algérienne de commerce et d'industrie.

Section 2: Les exportations hors hydrocarbures en Algérie

Depuis longtemps, l'économie nationale est basée essentiellement sur le pétrole et le gaz comme seule source de revenu. Le non diversification de l'économie nationale a fait de l'Algérie un pays mono-exportateur par excellence.

Suite à l'effondrement des cours de pétrole au milieu des années 80 et la situation critique d'économie nationale, l'Etat algérien a décidé de diversifier ses exportations hors hydrocarbures, pour améliorer la situation économique du pays et réduire la dominance des exportations hydrocarbure, qui représente plus 97% du total des exportations.

Cependant, malgré les efforts engagés par les pouvoirs publics, les résultats enregistrés semblent loin de l'objectif de deux milliards de dollars d'exportations hors hydrocarbures avancés depuis la fin des années 90.²⁰ Ainsi, après plus d'une vingtaine d'années de réformes

¹⁹ <http://www.mincommerce.gov.dz/> , Le site du ministère du commerce algérien, consulté le 30 /07/2020 à 10h.

²⁰ <http://www.sciencedz.net> , Consulté le 25 /06/2020.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

et d'actions des pouvoirs publics, l'économie algérienne reste totalement dépendante des hydrocarbures et de la fluctuation de leurs prix.

1. L'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie

L'ordonnance 74-11 du 30 janvier 1974 confirme et consacre la liberté du commerce d'exportation et suspend l'exercice des monopoles à l'exportation par les entreprises publiques (à l'exception de certains produits). Depuis 1980-81, la promotion des exportations hors hydrocarbures est considérée comme une nécessité pour préparer l'après pétrole. Ce n'est qu'à après la crise de 1986 que cette question reviendra à nouveau, et que l'Etat Algérien a indiqué clairement le danger que comporte une politique de développement qui se base uniquement sur les ressources énergétiques. (Redouane, 2009, p7).

A partir de 1996, les pouvoirs publics ont commencés l'instauration des dispositifs pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures. Par ailleurs, le niveau des exportations HH demeure, très faible et insignifiant en comparaison du volume global des exportations de l'Algérie. Elles ne représentent que 2,5 à 5% de part de l'exportation totale, et leurs recettes ne dépassent pas 2,5 milliards de dollars.

La part des exportations hors hydrocarbures demeurent marginale, par rapport aux exportations des hydrocarbures, qui occupent toujours une place prépondérante dans l'économie algérienne. Même au plus bas des cours pétroliers (1986-1988), les exportations HH ne représentaient respectivement que 3 et 5% du volume total, et leurs recettes ne dépassent pas 2,5 milliards de dollars.

1.1. Etat des lieux des exportations hors hydrocarbures en Algérie pour l'année 2017 à 2019

Les exportations hors hydrocarbures restent insignifiantes par rapport au volume global des exportations, quelques progrès ont été réalisés ces dernières années comme le montre le tableau 15.

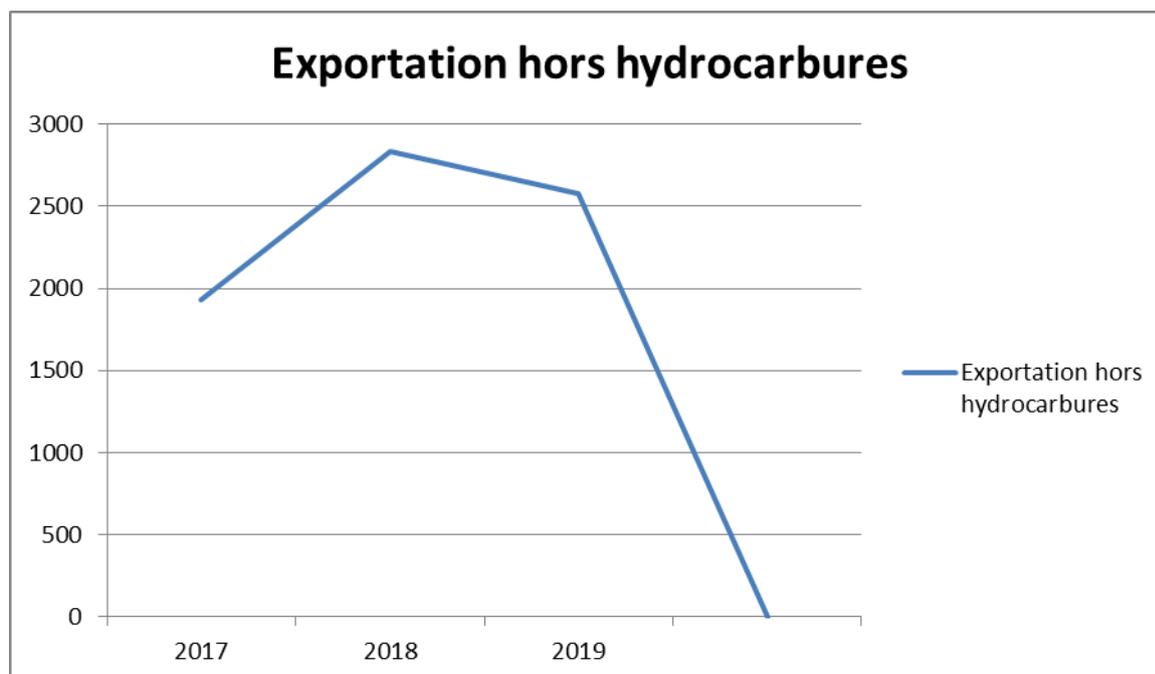
Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 15: L'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie de 2017 à 2019

Année	Exportations hors hydrocarbures	Total des exportations	La part des hors hydrocarbures en %
2017	1930	35191	5,48
2018	2830	41168	6,87
2019	2580	35823	7,20

Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_come_xt_11_mois_19_vf.pdf

Figure 11: L'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie de 2017 à 2019.



Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_come_xt_11_mois_19_vf.pdf

En 2018, les exportations hors hydrocarbures ont enregistré une augmentation par rapport à l'année 2017 passant de 1,93 à 2,83 milliards de Dollars., Pour l'année 2019 les exportations en général ont connu une baisse.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

1.2. Les Principaux produits exportés hors hydrocarbures

Les "top five" (5) des produits exportés hors hydrocarbures au titre des onze mois de l'année 2019 réalisent, à eux seuls, plus de 74,57% des exportations hors hydrocarbures. Il s'agit des engrais minéraux ou chimiques azotés, des huiles et autres produits provenant de la distillation des goudrons de houille, de l'ammoniac anhydre, des sucres de canne ou de betterave et les phosphates de calcium naturels avec les parts respectives de 30,99%, 18,46%, 11,75%, 10,55% et de 2,82%.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 16: Evolution des principaux produits hors hydrocarbures exportés

Principaux Produits	11 MOIS 2018		11 MOIS 2019		Evolution (%)	taux cumulé 2018 (%)
	Valeur	Structure %	Valeur	Structure %		
Engrais minéraux ou chimiques azotés	839,03	31,36	732,09	30,99	-12,75	30,99
Huiles et autres produits provenant de la distillation des goudrons de houille de haute température	628,19	23,48	436,13	18,46	-30,57	49,45
Ammoniac anhydre ou en solution aqueuse (ammoniaque)	424,04	15,85	277,68	11,75	-34,52	61,20
Sucres de canne ou de betterave et saccharose chimiquement pur à l'état solide	217,83	8,14	249,29	10,55	14,44	71,75
Barres en fer ou en aciers non alliés simplement forgées à chaud	0,00		66,53	2,82		74,57
Phosphates de calcium naturels	48,55	1,81	61,39	2,60	26,44	77,16
Ciments hydrauliques même colorés	17,47	0,65	59,24	2,51	239,20	79,67
Dattes, figes, ananas, avocats, goyaves, mangues et mangoustans, frais ou secs	58,31	2,18	54,75	2,32	-6,11	81,99
Hydrogène, gaz rares et autres éléments non métalliques	34,24	1,28	50,41	2,13	47,21	84,12
Produits laminés plats à chaud en fer ou aciers non alliés	33,71	1,26	27,48	1,16		85,28
Sous Total	2 301,38	86,01	2 014,99	85,28	12,44	
Autres	374,32	13,99	347,67	14,72	-7,12	100,00
Total	2 675,70	100,00	2 362,66	100,00	-11,70	

Source: file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A920chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_comext_11_mois_19_vf.pdf

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

2. Politiques de soutien, facilitations et contraintes à l'exportation en Algérie

Pour la simplification de la procédure de l'exportation, parmi d'autres mesures connexes qui tendent à faciliter cette procédure, nous citerons certaines facilitations, ainsi les organismes d'accompagnement et de soutien au commerce extérieur.

2.1. Les politiques de soutien et facilitations à l'exportation hors hydrocarbures en Algérie

Le gouvernement algérien à travers son programme de soutien, a affirmé son engagement dans sa politique d'aide aux entreprises exportatrices, à travers plusieurs mesures et facilitations. Ces politiques reposent essentiellement sur les facilitations tendant à l'assouplissement des procédures d'exportations qui se sont traduites par :

2.1.1. Les politiques de soutien

L'encadrement institutionnel s'est notamment traduit par :

2.1.1.1. L'agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX)

Initialement, c'était l'office de promotion des exportations (PROMEX) qui était créé par le décret exécutif n° 96-327 du 1er octobre 1996. Cet office était chargé de promouvoir l'activité d'exportation hors-hydrocarbures, en se focalisant essentiellement sur la diffusion de l'information relative au commerce international. Par la suite et par souci d'élargissement du champ d'action de cet office, il a été transformé en une agence de promotion du commerce extérieur, dite ALGEX (celle-ci s'intéresserait à la fois aux exportations et aux importations du pays).

L'ALGEX est créée par le décret exécutif n° 04- 174 du 12 juin 2004;²¹ elle présente un support permettant aux entreprises nationales d'acquérir des parts de marché à l'étranger et d'accroître ainsi les débouchés extérieurs pour les produits algériens. Elle est placée sous la tutelle du ministre chargé du commerce extérieur.

L'ALGEX se charge essentiellement des missions suivantes²² :

- L'étude des marchés extérieurs, en réalisant des analyses prospectives permettant aux entreprises nationales de maîtriser les attentes des marchés étrangers.

²¹ <http://www.algex.dz>, Consulté le 20/05/2020 à 18h.

²² <http://www.ccimezghena.caci.dz>, Consulté le 22/05/2020 à 17h.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

- L'élaboration annuelle d'un rapport évaluatif de l'activité d'exportation, ce qui permettrait de dresser régulièrement des bilans et de mesurer la dynamique de ce segment d'exportation.
- Le suivi et l'encadrement de la contribution des entreprises nationales aux manifestations économiques qui se déroulent à l'étranger, tels que les salons internationaux, les foires et les expositions de produits.
- L'aide des entreprises nationales à mettre en place des plans marketing relatifs aux biens et services destinés à l'exportation (communications, diffusion de l'information et promotion).
- La motivation des exportateurs en attribuant des prix aux meilleurs d'entre eux.

2.1.1.2. Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (F.S.P.E.)

Ce fonds correspond au compte d'affectation spécial n°302-084, ouvert depuis l'article 195 de la loi de finances de 1996²³; dont les rôles sont bien définis dans le décret n°08-07 du 19 janvier 2008. Les recettes de ce fonds proviennent à raison de 10 % de la taxe intérieure de consommation (la TIC qui s'applique essentiellement sur les produits importés), des contributions des organismes publics et privés et des dons.

Il canalise aussi les aides de l'Etat à la promotion des exportations hors hydrocarbures à travers (Takarli, 2008, p7).

- ✓ La prise en charge d'une partie des frais de transport international des marchandises exportés;
- ✓ La prise en charge, à l'occasion des participations aux foires à l'étranger, d'une partie des frais de transport des échantillons, de location et d'aménagement de stands et de frais de publicité.

Le remboursement des frais de transport sont de 25 % pour le transport des marchandises exportées. Pour la participation aux foires et expositions à l'étranger le taux de remboursement est de 65 % dans le cas d'une participation aux foires inscrites dans le programme officiel arrêté par le ministère du commerce, et de 33 % pour une participation aux manifestations non figurantes dans programme officiel.

²³ <http://www.mincommerce.gov.dz/>, Le site du ministère du commerce algérien, Consulté le 25/05/2020 à 23.30h.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

2.1.1.3. Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations (CAGEX)

La gestion de l'assurance-crédit à l'exportation est confiée à la CAGEX qui est une société par actions, créée par le décret n° 96-235 du 2 juillet 1996. Ses actionnaires sont les autres compagnies d'assurance, à savoir : SAA, CAAR, CAAT, CNMA, CCR.

Cette compagnie d'assurance constitue également un instrument d'appui aux exportations²⁴ :

- Elle couvre les risques à l'exportation et garantit le paiement, en cas de défaillance de l'acheteur. Elle garantit le paiement à la fois face à des risques commerciaux liés à l'insolvabilité des acheteurs (dans ce cas, ce sont les fonds propres de la CAGEX qui sont engagés) mais aussi face à des risques politiques, tel l'instabilité politique, les guerres...etc (dans ce cas, ce sont les fonds de l'Etat qui s'engagent à rembourser).

- Elle assure, par ailleurs, l'accompagnement des opérateurs exportateurs dans l'accès aux informations sur les marchés étrangers, surtout que cette compagnie ayant passé des accords de coopération avec des institutions de même nature de par le monde, elle fait partie d'un réseau international des assureurs.

2.1.1.4. La Société Algérienne des Foires et Expositions (SAFEX)

La SAFEX c'est une société par actions issue de la modification opérée le 24 décembre 1990, à l'ONAFEX (Office National Algérien des Foires et Expositions). Elle a pour objet de contribuer au développement et à la promotion des activités commerciales. Elle est chargée²⁵ :

- ✓ D'accorder une assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international grâce au développement des différentes relations avec des partenaires étrangers et l'organisation de rencontre professionnelles ;
- ✓ De l'organisation des foires, salons spécialisés et expositions à caractère régional, national et international ;
- ✓ La publication de catalogues commerciaux et publicitaires.

2.1.1.5. La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI)

Elle est instituée par le décret exécutif n°96-94 du 03 Mars 1996. C'est un organisme de l'Etat à caractère commercial et industriel, en concertation avec les pouvoirs publics, elle s'en

²⁴ <http://www.cagex.dz>, Consulté le 25/07/2020 à 22h.

²⁵ <http://www.safex.dz>, Consulté le 01/08/2020 à 9h.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

charge des intérêts professionnels des milieux d'affaire. Les actions confiées à cet établissement sont ²⁶ :

- ✓ La mise en place d'une base de données concernant l'ensemble des entreprises algériennes ;
- ✓ La recherche de partenaires étrangers à travers le bureau de rapprochement des entreprises créées par l'UE ;
- ✓ Assurer la formation des personnels des entreprises ;
- ✓ Assurer la certification des différents documents commerciaux ;
- ✓ L'assistance et le conseil dans le domaine commerciaux (fiscal, douanier,... etc.);
- ✓ Organiser des missions commerciales à l'étranger, de rencontres entre hommes d'affaires algériens et étrangers.

2.1.2. Les facilitations

2.1.2.1 Facilitations douanières

Exonérées de droits de douane, les exportations sont particulièrement encouragées et facilitées. C'est ainsi que pour faire face aux préoccupations des exportateurs, l'administration des douanes a procédé à l'allègement de certaines procédures douanières telles que :²⁷

- La dispense de caution dans le cadre de l'admission temporaire d'emballages vides destinés aux marchandises à l'exportation et de marchandises pour perfectionnement actif (transformation) destinées à l'exportation. Celle-ci s'applique aussi pour les exportations temporaires de marchandises pour perfectionnement passif (ouvrison) destinées à l'exportation définitive ;
- La visite sur site et le dédouanement à domicile ;
- La vente en consignation ou « vente au mieux » est facilitée par le dépôt d'une déclaration d'exportation incomplète et par la possibilité de procéder après la vente des produits à une régularisation par le dépôt d'une déclaration complémentaire reprenant les éléments non communiqués lors de l'expédition ;
- Le titre de passage en douanes (*TPD*) pour les exportations réalisées par route ;
- Le circuit vert, qui permet la validation de la déclaration d'exportation sans vérification des marchandises ;

²⁶ <http://www.caci.dz>, consulté le 01/08 /2020 à 10h.

²⁷ <http://www.algex.dz> consulté le 1/06/2020 à 23h.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

- Les magasins et aires de dépôt temporaires à l'exportation ou à la réexportation, qui permettent aux exportateurs de placer leurs marchandises dans les locaux appropriés (dans les ports, aéroports, gare ferroviaire ou postes frontaliers terrestres) en attendant leur embarquement à destination de l'étranger et de libérer les intéressés de leurs obligations éventuelles envers l'administration des douanes, et le remboursement de la TVA et autres débours;
- Les exportations de marchandises vers les entrepôts étrangers (pour saisir d'éventuelles opportunités de ventes à partir de l'étranger), qui permettent aux exportateurs de déposer, lors de l'expédition, une déclaration d'exportation temporaire incomplète, à charge pour eux de procéder à sa régularisation après la vente par une déclaration complémentaire surtout en matière de contrôle des changes.

2.1.2..2. Les facilitations portuaires

Cinq mesures de facilitations ont été mises en œuvre par l'Entreprise Portuaire d'Alger (EPAL) depuis le début de l'année 2003. Celles-ci portent sur : ²⁸

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

²⁸ Idem.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

2.2. Contraintes à l'exportation en Algérie

En s'appuyant sur l'étude réalisée par Ecotechnics, et le recensement des problèmes des entreprises nationales effectué par le Forum des Chefs d'Entreprises (2011), plusieurs contraintes notamment celles liées à l'environnement externe, sont non seulement à l'origine de faible engagement des entreprises exportatrices sur l'international, mais également source de prudence des entreprises non exportatrices qui souhaitent pouvoir se tailler une place sur les marchés étrangers.

2.2.1. Lourdeurs administratives

La complexification des procédures administratives est un des plus grands obstacles qu'évoquent les exportateurs algériens. Les délais très longs et des dossiers à fournir toujours lourds et complexes découragent souvent les exportateurs. Nous évoquons à titre d'exemple, les entreprises de production qui bénéficient d'une franchise de droits douane dans le cadre des accords de libre-échange et qui concerne plus particulièrement les matières premières et équipements, cette franchise est soumise à une licence dite « statistique » qui doit être délivrée par les services du Ministère du commerce, en plus le dossier à fournir (pas moins de 7 pièces) pour pouvoir bénéficier de cette franchise est d'autant plus lourd et complexe qu'il doit être présenté à chaque opération d'exportation.²⁹

2.2.2. Les défaillances au niveau logistique

Les entreprises algérienne se trouvent ainsi confrontées à certaines difficultés au niveau de la logistique comme le coût élevé du transport international et défaillance des services logistiques proposés (irrégularité des plannings d'acheminement, indisponibilité des lignes...) et 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 ainsi que l'exportation a également pour obstacle, la défaillance de la chaîne logistique et du circuit de commercialisation (absence d'avions-cargos, lignes maritimes insuffisantes, absence d'infrastructures de conditionnement au niveau des ports). Enfin les contraintes et blocages qui risquent d'entraver la conquête du marché extérieur en Algérie ou à l'étranger sont en particulier en matière de procédure douanières et fiscales ainsi que du transport des marchandises par fret.

²⁹ <http://www.fce.dz/>, consulté le 30/07/2020.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

2.2.3. Limites de l'encadrement financier et bancaire

L'accompagnement bancaire et financier des exportateurs est sujet de plusieurs difficultés. Ces dernières peuvent être résumées comme suit (Bali Bey Nasri, 2016) :

- La difficulté à transférer les devises nécessaires pour couvrir les frais de prospection à l'étranger, et la réglementation actuelle prévoyant des frais de mission limités et très souvent soumis à une procédure complexe et trop lente ;
- La difficulté pratique à récupérer certaines taxes (*TVA* notamment) ;
- La lenteur des procédures d'autorisation de crédit à l'exportation au-delà de fixé au rapatriement (360 jours) de la valeur des produits exportés.

Un autre obstacle qui demeure majeur est lié à l'absence d'une vision globale de la promotion des exportations hors hydrocarbures, indiquée en particulier par un régime de contrôle des changes décourageant les exportateurs et le maintien des niveaux élevés de protection nominale et effective qui participent à amoindrir la concurrence sur le marché interne. Ajoutons au premier facteur, l'inexistence dans la pratique d'un marché de change à terme et d'un mécanisme permettant aux entreprises exportatrices accordant des crédits à leurs clients étrangers de se couvrir contre le risque de change contraint ces dernières à assumer elles-mêmes ce risque bien qu'elles ne soient pas suffisamment préparées. (Bali Bey Nasri, 2016).

Toutes ces contraintes entravent les opérateurs économiques de tenter l'aventure à l'international.

2.2.4. Déficience des structures et des services d'appui aux exportateurs

La faiblesse des exportations hors hydrocarbures semble liée avant tout à un marché interne beaucoup plus rémunérateur et moins risqué que l'exportation. Ce phénomène est expliqué par de nombreux obstacles au bon fonctionnement et au développement des entreprises, obstacles auxquels n'échappent pas les entreprises exportatrices ou candidates à l'exportation parce qu'elles sont confrontées sur les marchés extérieurs à des exigences de marchés concurrentiels. Ces entreprises ressentent évidemment de manière beaucoup plus aiguë que les autres entreprises les défaillances de l'environnement des affaires en Algérie.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

3. Les entreprises exportatrices au niveau de la wilaya de Bejaia

La wilaya de Bejaia, c'est l'une des régions de l'Algérie, qui est riche en plusieurs ressources naturelles, économiques et composée d'infrastructures de base qui encouragent les investisseurs à investir davantage dans le domaine d'agroalimentaire.

La wilaya de Bejaia à une place importante dans l'économie nationale car elle est considérée comme un pôle attractif aux échanges commerciaux et aux investissements. Elle est classée troisième wilaya en nombre d'entreprises, avec une part de 5.3 % du total des entreprises installées sur le territoire national, selon le bulletin d'information n° 35.

Dans cette partie nous allons identifier et analyser les différents résultats d'une enquête, auprès des différentes entreprises exportatrices du secteur agroalimentaire de la wilaya de Bejaia.

En raison du manque de données concernant l'état des lieux des entreprises exportatrices au niveau de la wilaya de Bejaia dû au contexte actuel de la crise sanitaire qui a touché le monde, nous nous sommes rabattues sur une étude exploratoire documentaire basée sur trois enquêtes effectuées auprès des entreprises exportatrices de la wilaya de Bejaia réalisées par KASMI, (2015) ; HAMADI, (2016)et MAKHLOUF, (2017).

3.1. Les informations générales et profil des entreprises enquêtées

Le dépouillement des résultats obtenus d'après les questionnaires distribués aux entreprises enquêtées par (KASMI, 2015 ; HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017), nous a permis de déduire le profil de ces dernières.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 17: Présentation du profil des entreprises enquêtées

Entreprises	Siège social	Statut juridique	Nature juridique	Produits exportés
Pasta Word	Akbou	SARL	Privé	Pate alimentaire
Tassebhit	Aokas	EURL	Privé	L'eau minérale
EPF Belklichène	Bejaia	SARL	Privé	Emballage avicole
COGB Labelle	Bejaia	SPA	Mixte	L'huile et la margarine
Cevital	Bejaia	SPA	Privé	L'huile, sucre, margarine, mayonnaise, et ketchup
Ibrahim et fils (Ifri)	Ighzer Amokrane	SARL	Privé	Jus fruité, boisson gazeuse, l'eau minérale
Général emballage	Akbou	SPA	Privé	Boîte à pizza 32*32*4
Ouadi international	Bejaia	EURL	Privé	Graines de carroube
GB Toudja	Bejaia	SARL	Privé	Jus et boisson gazeuse
Laiterie Soummam	Akbou	SARL	Privé	Yaourt
Huilerie Ouzellaguen	Ighzer Amokrane	SARL	Privé	L'huile d'olive
Général Plaste	Akbou	SPA	Privé	Bouchons en plastique

Source : synthèse personnelle a partir des résultats (KASMI, 2015 ; HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017).

3.1.1. Identification des échantillons

Le tableau ci-dessous nous montre la classification des entreprises enquêtées dans chaque échantillon.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 18: Représente l'identification des trois échantillons des différentes enquêtes

Echantillons	Echantillon 1 (kasm, 2015)	Echantillon 2 (hamadi, 2016)	Echantillon 3 (makhlouf, 2017)
Entreprises exportatrices	Pasta Word SPA Tasebhith EPF Belkhichene COGB Labelle Cevital Ibrahim et fils (Ifri) General Emballage Ouasdi International	Patsa Word GB Toudja Laiterie Soummam COGB Labelle Cevital Ibrahim et fils (Ifri)	Huillerie Ouzelaguen Général Plaste Laiterie Soummam COGB Labelle Cevital Ibrahim et fils (Ifri) General Emballage SARL Meriplaste
Total	8	6	8

Source : synthèse personnelle a partir des résultats (KASMI, 2015 ; HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017)

Ce tableau nous permet d'identifier la taille de l'échantillon pris par chacun des travaux de (KASMI, 2015 ; HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017) lors de leurs enquêtes auprès des entreprises exportatrices au niveau de la wilaya de Bejaia. Dont l'échantillon 1 est composé de 8 entreprises enquêtées qui renvoie à (KASMI, 2015), l'échantillon 2 est composé de 6 entreprises enquêtés qui se réfère à (HAMADI, 2016), et l'échantillon 3 composé de 8 entreprises enquêtées renvoie à (MAKHLOUF, 2017).

3.1.2 .La nature juridique

Le tableau ci-dessous représente la répartition des entreprises enquêtées selon leur nature juridique

Tableau 19: Répartition des entreprises enquêtées selon leur nature juridique

Nature juridique	Echantillon 1	Echantillon 2	Echantillon 3
Privé	7	5	7
Public	0	0	0
Mixte	1	1	1
Total	8	6	8

Source : synthèse personnelle a partir des résultats (KASMI, 2015 ; HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017)

Selon l'échantillon 1, la grande partie des entreprises enquêtées sont de nature juridique privée. Et une seule entreprise est de nature juridique mixte.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Selon l'échantillon 2 et l'échantillon 3 c'est toujours les entreprises privée qui sont majoritairement présentes.

A travers ces travaux de (KASMI, 2015 ; HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017), on constate que tous les résultats obtenus se convergent, et que la plupart des entreprises enquêtées sont de nature juridique privée.

3.1.3. Le statut juridique

Le tableau ci-dessous représente la répartition des entreprises enquêtées selon leur statut juridique.

Tableau 20: Répartition des entreprises enquêtées selon leur statut juridique

Statut juridique	Echantillon 1	Echantillon 2	Echantillon 3
SARL	4	4	5
SPA	2	2	3
EURL	2	0	0
Total	8	6	8

Source : synthèse personnelle a partir des résultats (KASMI, 2015 ; HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017)

L'analyse des résultats représentés dans le tableau ci-dessus montrent que dans l'échantillon 1, 2, et 3 que la majorité des entreprises enquêtées sont des sociétés à responsabilité limitée SARL avec les parts respectives : (4/8), (4/6), et (5/3). Suivi par les SPA, et EURL.

3.1.4. La destination des différents produits exportés des entreprises enquêtées

Le tableau 21 nous présente la destination des produits exportés d'après les entreprises enquêtées des différents échantillons (1,2 et 3).

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 21: La répartition des entreprises enquêtées selon la destination de leurs produits

Destination	Echantillon 1	Echantillon 2	Echantillon 3
Pays du Maghreb	6	3	5
Pays d'EU	4	4	6
Pays d'Amérique du nord	1	1	2
Pays d'Asie	3	2	4
Pays d'Afrique	2	3	0
Total	16	13	17

Source : synthèse personnelle à partir des résultats (KASMI, 2015 ; HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017)

A partir des données du tableau 21, selon (KASMI, 2015), les pays du Maghreb sont classés en première position d'après les entreprises enquêtées, cela du fait du rapprochement géographique de ces pays, suivis par les pays européens, cela s'explique par la signature des accords d'association avec l'UE. Les pays d'Asie viennent en troisième position, puis les pays d'Afrique. Et en dernière position vient les pays d'Amérique en raison de la distance qui sépare ces pays ainsi que le critère culturel/linguistique.

Selon (HAMADI, 2016), c'est les pays de l'UE qui viennent en première position d'après les entreprises enquêtées, suivi des pays du Maghreb et d'Afrique avec même nombre d'entreprises, puis vient les pays d'Asie et d'Amérique du nord à la fin du classement.

Selon (MAKHLOUF, 2017), c'est le même classement que l'échantillon de HAMADI, 2016).

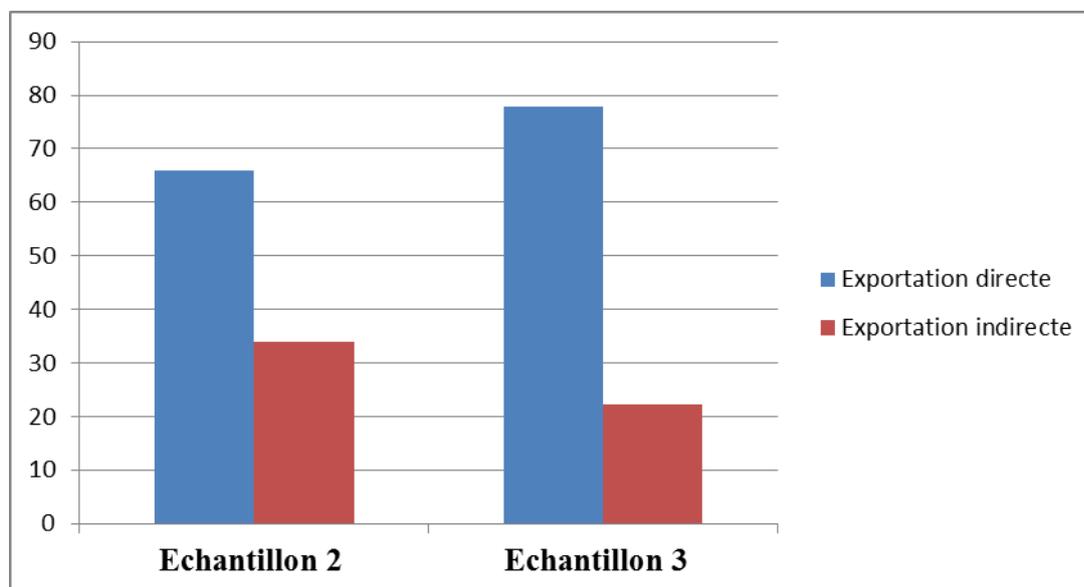
D'après les résultats obtenus de ces enquêtes, on déduit que certains résultats se convergent et d'autres se divergent. Les pays du Maghreb sont en première position pour l'échantillon 1 contrairement aux deux autres échantillons 2 et 3 c'est les pays de l'Union Européens qui sont en première position. On peut dire que pour les entreprises enquêtées, leur choix du marché extérieur est basé sur le rapprochement géographique (KASMI 2015). Et pour d'autres entreprises enquêtées, leur choix du marché extérieur est basé sur le rapprochement de la zone de libre-échange (HAMADI 2015, MAKHLOUF, 2016).

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

3.1.5. Le mode d'exportation utilisé par les entreprises enquêtées

La figure 12 suivante montre le mode d'exportation utilisé selon les entreprises enquêtées des échantillons 2 et 3 pour que leurs produits soient vendus sur le marché extérieur.

Figure 12: La répartition des entreprises enquêtées selon le mode utilisé à l'exportation



Source : Synthèse personnelle à partir des résultats (HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017)

La figure ci-dessus nous montre que selon (HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017), les entreprises enquêtées choisissent le mode d'exportation directe pour que leurs produits soient vendus sur le marché extérieur, contrairement aux exportations indirecte qui sont faiblement représentées.

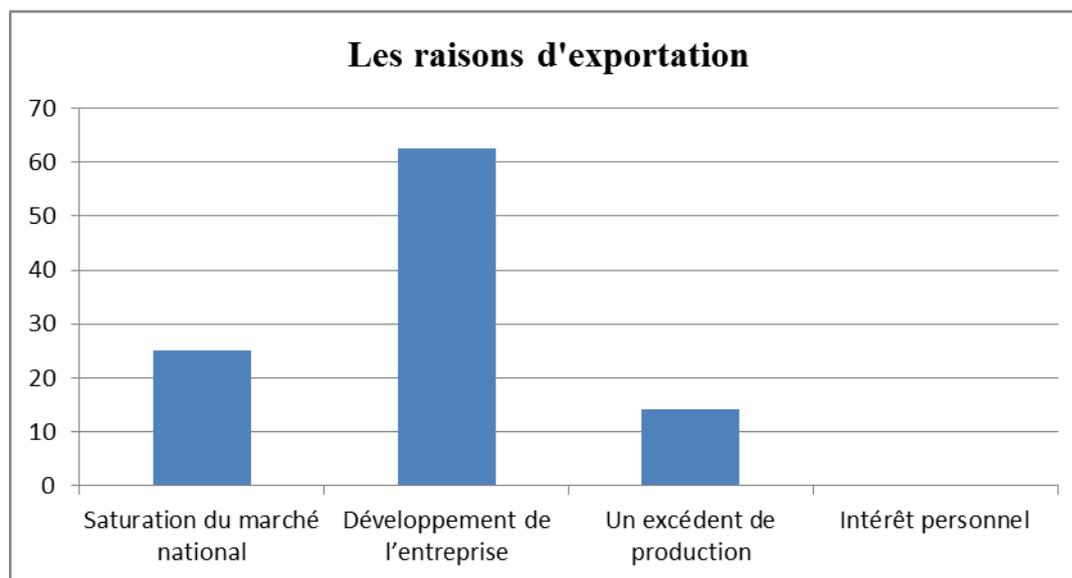
D'après l'analyse des résultats obtenus de ces travaux, on constate que les résultats se convergent vers le même mode d'exportation qui est celui d'exportation directe.

3.1.6. Les raisons qui poussent l'entreprise enquêtée à exporter

La figure suivante montre les raisons principales qui poussent les entreprises enquêtées à exporter. Ces résultats obtenus que dans l'échantillon 2, d'autres travaux n'ont pas traité ce point.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Figure 13: La répartition des entreprises enquêtées selon le mode utilisé à l'exportation



Source : Synthèse personnelle à partir des résultats (HAMADI, 2016)

Selon (HAMADI, 2016), la majorité des entreprises enquêtées ont décidé d'exporter dans le cadre du développement de leurs entreprises avec une part de 62%.

25% d'autre entreprise enquêtées, en vue de la saturation du marché national ont décidées d'accéder à de nouveaux marchés.

Et seulement 14,29% de ces entreprises ont opté à une opération d'exportation en raison d'un excédent de production.

En vue de la saturation du marché national, 25% des entreprises enquêtées ont décidées d'accéder à de nouveaux marchés.

On constate que le facteur le plus cité qui pousse les entreprises à chercher de nouveaux marchés c'est celui du développement de leurs entreprises d'après (HAMADI, 2016).

Ce qui infirme notre première hypothèse.

3.1.7. Les risques liés à l'exportation des entreprises enquêtées

La figure 14 et le tableau 22 ci-dessous nous montrent les risques rencontrés par les entreprises enquêtées des échantillons 2, 3 sur le marché extérieur.

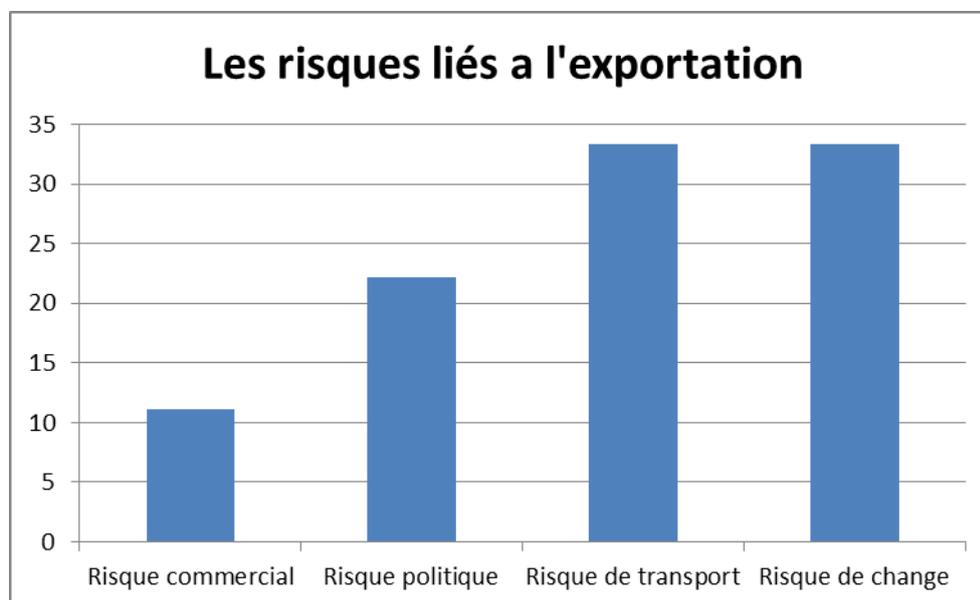
Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Tableau 22: Les risques liés à l'exportation

Risques	Echantillon 2
Risque commercial	01
Risque politique	02
Risque de transport	03
Risque de change	03
Total	9

Source : Synthèse personnelle a partir des résultats (HAMADI, 2016)

Figure 14: Les risques liés à l'exportation



Source : Synthèse personnelle a partir des résultats; (MAKHLOUF, 2017)

D'après (HAMADI, 2016), les données du tableau montrent que le risque de transport et le risque de change sont les principaux risques subits par les entreprises de son échantillon.

Et selon (MAKHLOUF, 2017), l'entreprise enquêtée rencontre les mêmes risques majeurs que l'échantillon 2.

Donc on déduit que les résultats obtenus par les travaux de (HAMADI, 2016), (MAKHLOUF, 2017) abordent les mêmes risques, le risque de change et le risque de transport représentent les principaux freins du développement de ses entreprises exportatrices enquêtées. Puis il vient d'autres risques tels que le risque politique et le risque commerciale.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

3.1.8. Les contraintes rencontrées à l'export des entreprises enquêtées

Le tableau 23 montre les différentes contraintes rencontrées par les entreprises enquêtées lors de l'activité d'exportation.

Tableau 23: Les obstacles rencontrés lors de l'activité d'exportation

Entreprises Contraintes	Echantillon 1	Echantillon 2
Difficultés d'accès au financement	00	01
Contrainte logistiques	00	04
Procédures administratives décourageantes	03	06
Lois et réglementations défavorables	01	01
Frais trop élevés pour exporter	01	01
Institutions (Douanes, Direction de commerce,...) inefficaces	03	00
Concurrence élevée dans le marché international	00	01
Total	8	14

Source : Synthèse personnelle a partir des résultats (HAMADI, 2016 ; KASMI, 2015)

Ce qui infirme notre deuxième hypothèse.

Les données de ce tableau récapitulent les obstacles cités par les entreprises enquêtées, selon l'échantillon 2, les contraintes d'ordre administratif et celles d'ordre institutionnel sont les

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

plus citées, et parmi les principaux obstacles de l'échantillon 1 on trouve les surcharges administratives et les contraintes logistiques.

D'après les résultats obtenus de ces enquêtes, on déduit que certaines contraintes se convergent et d'autres se divergent, la surcharge administrative c'est la contrainte rencontrée dans les entreprises enquêtées par les deux travaux (HAMADI, 2016) et (KASMI, 2015). La contrainte d'ordre institutionnel et celle de la logistique sont rencontrées chacune dans un échantillon différent, la première contrainte renvoie à l'échantillon 2 et la seconde contrainte renvoie à l'échantillon 1. Ces contraintes contribuent à expliquer le plus la mauvaise performance des entreprises Algérienne à l'exportation.

3.2. Les perspectives de développement de l'exportation des entreprises enquêtées

Dans cette dernière partie, nous allons montrer si les entreprises enquêtées des échantillons 1, 2 et 3 ont déjà bénéficié des mesures d'aide à l'exportation.

3.2.1. Les mesures d'aide à l'exportation

Le tableau 24 et la figure 15 montrent si les entreprises enquêtées de l'échantillon 1, 2 et 3 ont déjà bénéficiées des mesures d'aide à l'exportation instaurées par l'Etat.

Tableau 24: La répartition des entreprises enquêtées selon le bénéficié des mesures d'aide à l'exportation

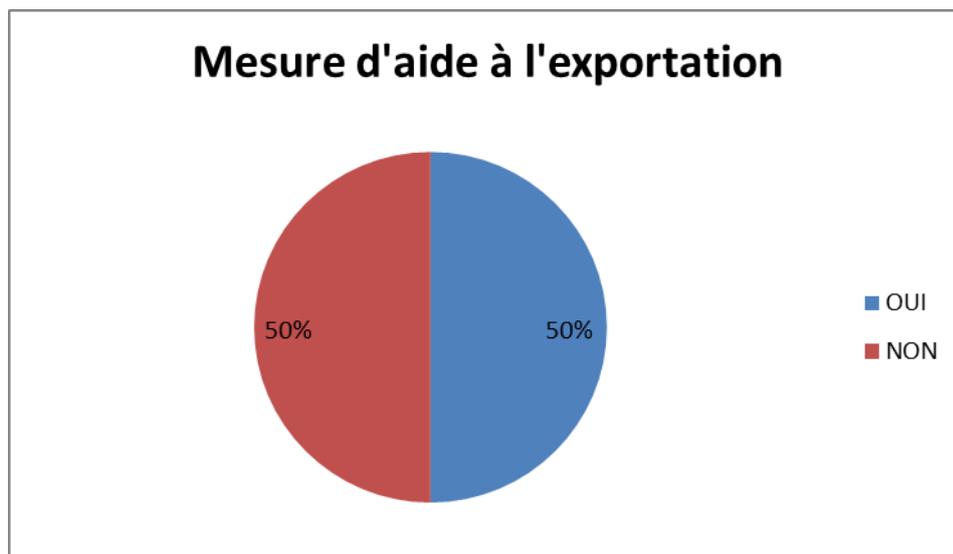
Bénéficie des mesures d'aide	Echantillon 1	Echantillon 2	Echantillon 3
Oui	03	03	04
Non	05	03	04
Total	08	06	08

Source : Synthèse personnelle à partir des résultats (KASMI, 2015 ; HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017).

Ce qui confirme notre troisième hypothèse.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Figure 15: La répartition des entreprises enquêtées selon le bénéficié des mesures d'aide à l'exportation



Source : Synthèse personnelle a partir des résultats (HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017)

D'après le tableau 23 et la figure 15, que la moitié des entreprises enquêtées de l'échantillon 2 et 3 ont bénéficié des mesures d'aide instaurées par l'Etat pour objectif de promouvoir et développement de leurs opérations d'exportations

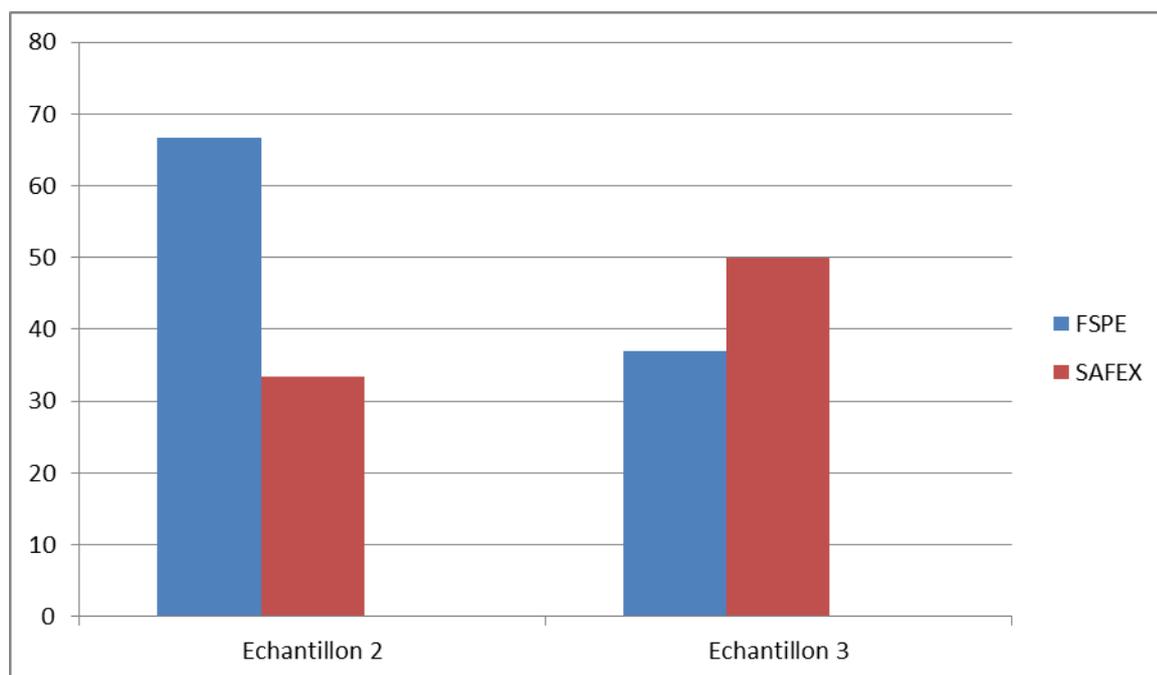
Selon (KASMI, 2015), plus de la moitié de son échantillon n'ont pas bénéficié des mesures d'aides.

On constate que les résultats obtenus par (KASMI, 2015 ; HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017) démontrent que l'aide de l'Etat pour ces entreprises reste insuffisant.

Tout les résultats convergent vers le même résultat qui consistent en mesures d'aide à l'exportation.

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

Figure 16: Les entreprises on ayant bénéficié d'aide des organismes



Source : Synthèse personnelle à partir des résultats (HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017)

D'après les échantillons 2 et 3, les entreprises enquêtées ont bénéficiées des aides auprès des organismes suivant FSPE et la SAFEX.

On constate que les deux travaux (HAMADI, 2016 ; MAKHLOUF, 2017) se convergent vers le même résultat. Malgré que l'Etat a créée plusieurs organismes d'accompagnement (CAGEX, ALGEX...), mais ces derniers n'encouragent pas la majorité des entreprises enquêtées.

Conclusion

Les exportations hors hydrocarbures de l'Algérie n'arrivent toujours pas à évoluer, ni en volume et ni en valeur, dans les échanges commerciaux à l'international. Plus de 90% des exportations sont concentrées sur des produits bruts et demi-produits issus de la transformation des hydrocarbures.

Dans le but de diversifier ses exportations l'Algérie a mis en place des organismes d'aides et de facilitation à l'exportation hors hydrocarbures, tel que la création des instituts de promotions et d'accorder des avantages fiscaux aux exportateurs. Malgré ces dispositifs d'incitation mis en place par les pouvoirs publics pour encourager les exportations hors

Chapitre III : LA PRESENTATION DES EXPORTATIONS HORS HYDROCARBURES EN ALGERIE

hydrocarbures, ces dernières demeurent avec marginales, et restent toujours dominées par les hydrocarbures.

Les PME occupent une position importante dans l'économie algérienne, continuent à prendre progressivement davantage de place dans l'activité économique du pays et leur rôle ne cesse d'augmenter avec les nouvelles créations.

Les entreprises agroalimentaires exportatrices en Algérie font face à de nombreuses contraintes qui sont sous forme d'obstacle et de risque qui entravent leurs activités d'exportation. Ces obstacles relèvent de la surcharge de la démarche administrative et le manque des infrastructures de logistiques.

Conclusion générale

Conclusion générale

Conclusion générale

L'importance du commerce extérieur (importation et exportations) d'un pays se mesure par les performances économiques enregistrées par ce dernier. En effet, les exportations permettent de mettre en évidence les ressources et les capacités productives de l'entreprise, ce qui lui permet de se retourner vers le marché extérieur et de se forger une place. En Algérie, les indicateurs économiques du pays révèlent que l'économie algérienne est non seulement dépendante des exportations des hydrocarbures, mais également tributaire des importations des biens de consommation et d'équipements nécessaires à la consommation nationale et au développement du Pays. Tout ceci induit à un handicap majeur à long terme qui ne peut représenter qu'une menace majeure pour l'économie algérienne. Dans ce cadre, les entreprises exportatrices hors hydrocarbures tentent de s'internationaliser afin de réduire cette dépendance multiforme de l'Algérie vis-à-vis de l'étranger, en essayant de se forger une place à l'international. Ces dernières doivent concentrer leurs efforts sur la maîtrise des méthodes modernes de gestion, la connaissance des marchés étrangers ainsi que le recours aux aides et accompagnements de l'Etat. C'est dans ce contexte que, promouvoir la production nationale sur les marchés internationaux, l'État Algérien a pris quelques mesures visant à la création des organismes et institutions chargés de la promotion des exportations tels que la CAGEX, FSPE, ALGEX...etc. S'ajoutent à ces mesures, les accords commerciaux qu'a signés l'Algérie dans le but de promouvoir ses exportations et profiter des opportunités offertes par l'ouverture. Parmi ces accords, on cite la signature des accords d'association avec l'Union Européenne (UE), l'adhésion à la zone arabe de Libre échange (ZALE) avec les pays arabes...etc.

Les opérations de commerce extérieur constituent une chaîne très organisée qui permet de maîtriser les flux physiques, les flux financiers et les flux documentaires, mais sa réussite est indexée à la fiabilité des différents maillons de cette chaîne. La logistique est une formule essentielle primordial pour les entreprises, La maîtrise de la logistique constitue un avantage concurrentiel pour une entreprise et même pour un pays, dans la mesure où sa maîtrise est source de réduction des coûts. Une bonne coordination entre les éléments d'une chaîne logistique (clients, intermédiaires, fournisseurs...) permet d'obtenir les produits en bon état, au bon moment en bonne quantité même si les clients se situent dans des endroits loin voir même difficile d'accès.

Conclusion générale

Tout au long de ce travail, nous avons tenté d'identifier les principaux risques et obstacles qui freinent le développement des entreprises exportatrices. Sachant que l'Etat algérien a mis en place différentes mesures d'appui et d'aide à l'international visant à promouvoir les exportations hors hydrocarbures.

Mais notre travail, nous a permis de confirmer que l'aide de l'Etat reste insuffisant, car la moitié des entreprises enquêtées n'ont pas bénéficié des aides et appuis apportés par l'Etat. Cela explique la faible contribution des entreprises hors hydrocarbures sur les marchés internationaux.

Concernant la logistique, nous pouvons dire que cette dernière ne représente pas le seul obstacle qui freine le développement des entreprises exportatrices, puisqu'il existe d'autres contraintes tel que les lourdeurs administratives qui sont classées en premier lieu.

Concernant les facteurs qui poussent les entreprises exportatrices à accéder à des nouveaux marchés sont multiples, ce n'est pas seulement pour la raison de développement de ces dernières mais aussi en vue de la saturation du marché national ainsi que suite au résultat d'un excédent de production.

Les résultats obtenus de notre étude exploratoire documentaire basée sur trois enquêtes effectuées par KASMI, (2015) ; HAMADI (2016) ; et MAKHLOUF (2017), auprès des entreprises exportatrices au niveau de la wilaya de Bejaia, nous permet de démontrer qu'il existe plusieurs obstacles qui freinent l'activité d'exportation des entreprises nationales, tel que :

- Les obstacles liés à la lourdeur administrative, les contraintes liées à la logistique et de transport, et les institutions (douane et direction de commerce...) qui sont inefficaces.
- Les risques subis par les entreprises durant leurs activités d'exportation sont les risques de change et transport en premier lieu, les risques politiques et commerciaux en second lieu.
- L'insuffisance des aides proposés par l'Etat pour l'accompagnement des entreprises exportatrices hors hydrocarbures.

Afin de promouvoir les exportations hors hydrocarbures, l'Etat doit entreprendre une démarche dans le but de réduire les formalités, et simplifier le contact entre l'administration et l'entreprise exportatrice. Dans le même ordre d'idées les facilitations à l'exportation passe par l'amélioration des moyens de transport, en mettant à la disposition des entreprises les moyens

Conclusion générale

nécessaires, que ça soit en matière logistique ou en couverture contre un nombre plus important de risques liées à ce dernier, d'autre part les organisme veillant au développement des exportation devrais améliorer la nature et la qualité de leur services.

Références bibliographiques

Ouvrages

- BAGLIN G., BRUEL O., GARREAU A., GRIEF M. et DELFT CH., « management industriel et logistique », economica, 3^{ème} éditions, paris, 2001.
- BARRELIER André et al, « Exporter : pratique du commerce international » éditions FOUCHER, paris, 2003.
- BELOTTI Jean, « le transport international des marchandises », VUIBERT, PARIS, 1992.
- BOUDJEMA R., « cours de comptabilité nationale », INPS, Tome1, 1987.
- BOUVERET-RIVAT C. et MERCIER-SUISSA C., « L'essentiel des stratégies », Gualino Editeur, EJA-Paris, 2000.
- BUIGUES P.-A. et LACOSTE D., « stratégies d'internationalisation des entreprises : menaces et opportunités », 1^{er} éditions, de Boeck, Belgique, 2011.
- CHAPTAL Christophe, « Le marketing de rupture : De nouvelles pratiques pour les marchés en mutation », Boeck Supérieur, 2014.
- CHAPTAL Christophe, « La chaîne de valeur de l'offre : Maîtrise des processus, stratégie, marketing, design et communication », de Boeck, 2015.
- CROUE Charles, « Marketing international : Un consommateur local dans un monde global », De Boeck Supérieur, 2015.
- DIEMER Arnaud, « Principes d'économie politique», éditions Oeconomia, Paris, 2013.
- ESCOLANO Jean, FILALI Jaouad et TIREVERT Valerie, « Gestion des opérations d'import-export », 3^{ème} éditions, Paris, 2016.
- GREENWARD Douglas in « encyclopédies économiques », Economica, 1984.
- HADDAD S., les incoterms 2000, éditions pages bleues, 2009.
- LASARY, « le commerce international à la portée de tous », éditions : S.n, Paris, 2005.
- LAURENTI J., BERTHELEMLY F., L AURENT G. et TERRIER C., : « processus et méthodes logistiques », éditions AFNOR, 2000.

- LEGRAND Ghislaine et MARTINI Hubert : « Management des opérations de commerce international, IMPORTER-EXPORTER », 8^{ème} éditions, DUNOD, paris, 2007.
- LEGRAND Ghislaine et MARTINI Hubert : « commerce international », 2^{ème} éditions, paris, 2008.
- MARCHAL ANDRE, « la logistique : supply chain management » éditions ELLIPSES, paris, 2006.
- MAYRHOFER Ulrike, « management stratégique », éditions Bréal, 2007.
- MEDAN Pierr et GRATACAP Ann, « logistique et supply chain managment», éditions DUNOD, Paris 2008.
- MOIGNE Remy, « supply chain management », éditions DUNOD, Paris 2013
- DONALD DAIL Moise, « logistique et transport international de marchandises », Guide pratique-1^{re} éditions, 2013.
- MONOD D., « Moyens et techniques de paiements internationaux », éditions ESKA, Paris, 2007.
- MOULIN-Jean, « lexique de gestion », DALLOZ, 6^{ème} éditions, Paris, 2003.
- NAJI Jammal, « commerce international, mondialisation, enjeux et applications », éditions du renouveau pédagogique INC, 2^{ème} éditions, Canada, 2009.
- NOUMEN Robert : « éléments de base de la logistique internationale », éditions MENAIBUC, 2004.
- PASCO-BERHO Corinne, « Marketing International », 4^{ème} éditions DUNOD, Paris, 2002.
- PASCO-BERHO Corinne, « Management des opérations commerce international», 6^{ème} éditions, DUNOD, paris, 2003.
- PASCO-BERHO Corinne, « Commerce international » ,6^{ème} éditions, Paris, 2006.
- PASCO-BERHO Corinne, « Marketing international en 23 fiches », éditions DUNOD, Paris, 2008.
- PATRICKMARCQ-Jean, « risque et assurances transport et logistique », éditions L'ARGUS de l'assurance, 2^{ème} éditions, 2011.
- PIMOR Yves et FENDER Michel « logistique, production, distribution, soutien », 5^{ème} éditions DUNOD, 2008.

- SILEM Ahmed et ALBERTINI, Jean-Marie « Lexique d'économie », Dalloz, 7ème éditions, Paris, 2002.
- SIMON Yves et MENNAI Samir, « Techniques financières internationale », economica, 7ème édition, Paris, 2002.
- TIXIER D., Mathe H. et Collin J., « La logistique d'entreprise », DUNOD, Paris, 1996.
- TIXIER D., Mathe H. et Collin J., « La Logistique au service de l'entreprise : moyens, mécanismes et enjeux », DUNOD, Paris, 1988.

Mémoires et thèses de doctorat

- BOUAICHI Salim et MAKHLOUF Atman, « Les stratégies et contraintes à l'exportation des entreprises algériennes cas des entreprises de la wilaya de Bejaia », mémoire préparé pour l'obtention du diplôme de master université de Bejaia, promotion 2017.
- AMZIANE L, « le cycle de vie international du produit et les stratégies d'internationalisations des entreprises: analyse du cas de Samsung électroniques »&, mémoire de magistère en science économiques, Université Mouloud-MAMMERRI, TIZI OUZOU, 2014.
- CHABB Meryam, « marketing et internationalisation des entreprises », WESFORD (Ecole Supérieur de Commerce), master marketing, 2004.
- CHENANE AREZKI, « les leviers de l'optimisation de la chaine logistique internationale dans le cadre du transport routier », mémoire de fin de cycle du diplôme master 2 en science commerciale, spécialité finance et commerce international, session 2017.
- DOUAR Brahim, « essai d'analyse du processus d'internationalisation des PME algériennes un défi pour les compétences du dirigeant », thèse en vue de l'obtention du Doctorat en sciences économiques, université Mouloud MAMMERRI de Tizi-Ouzou, 2015-2016.
- HAMADI Yacine et SAAOUI Ghiles, « Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : Enquête auprès des Entreprises agroalimentaires de la wilaya de Bejaia »,

mémoire préparé pour l'obtention du diplôme de master université de Bejaia, promotion 2016-2017.

- OKACI née LACEB D, « mise à niveau et problématique de compétitivité dans la démarche stratégique de l'entreprise industrielle algérienne face à l'économie de marché », thèse de doctorat, université Mouloud Mammeri, TiziOuzou, 2014.
- Paul-Marie Edwards, « l'impact de la citoyenneté sur la gestion de la supply chain », Université Paris Panthéon Sorbonne, mémoire de fin d'étude du diplôme master 2 en science du management, spécialité logistique, session 2010.
- KASMI Salima et KENTOURI Saha, « Développement des PME et promotions des exportations: Quelles perspectives pour l'Algérie? », mémoire préparé pour l'obtention du diplôme de magistère, 2009.
- KASMI Salima et KENTOURI Saha, « Exportation pour les entreprises algériennes: contraintes et comportements (cas de la wilaya de Bejaia) » Mémoire de master en science commerciales, université de Bejaia, promotion 2015.
- SEBTI. F « Sur l'origine des réformes économiques en Algérie et en Europe de l'Est. Une étude comparative », Université Mentouri, Constantine, ALGERIE, 1999.

Articles et revues :

- Ati Takarli, « les exportations hors hydrocarbures Algérienne », à l'occasion de la tenue de la Convention France Maghreb, Paris les 5 et 6 février 2008 Disponible sur http://ubifrance.typepad.fr/optimexport/files/intervention_mr_takarli.pdf. Consulté le 04/04/2018.
- ALI BEY NASRI « la sixième (6ème) réunion de la cellule d'écoute et du suivi des opérations d'exportation» entretien avec; président général de l'Anexal », entretien réalisé par Algérie-eco 03 août 2016 Alger.
- Chelghem M, k « Les Enjeux de l'ouverture commerciale en Algérie », l'Algérie de demain relevé les défis pour gagner l'avenir, Alger, Friedrich Ebert Stiftung septembre 2008, p:3.
- Forum des Chefs d'Entreprises, « Indice du forum pour la performance de l'entreprise algérienne », Alger Janvier 2011, p:3. Disponible sur <http://www.fce.dz>. Consulté le 15/04/2018.

Webographie

- <http://experts-marketing.blogspot.com/>
- <https://www.marketing-etudiant.fr>
- <https://www.desjardins.com>
- <https://www.edc.ca/fr/tag/gerer-mes-risques.html>
- <http://www.sciencedz.net>
- <http://www.algex.dz>
- <http://www.ccimezghena.caci.dz>
- <http://www.cagex.dz>
- <http://www.safex.dz>
- <http://www.caci.dz>,
- <http://www.mincommerce.gov.dz/>, Bilan des actions du secteur du commerce réalisées durant la période 1962-2012, mai 2012, p:3.
- file:///C:/Users/BCS/Desktop/3%C3%A9m%C3%A9%20chapitre/net%20alg%C3%A9rie/rapport_comext_11_mois_19_vf.pdf
- <http://www.mincommerce.gov.dz/> Le site du ministère du commerce algérien.
- <http://www.lauyan.com/fr>
- [WWW.glossaire-international.com](http://www.glossaire-international.com),
- <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/chain>
- <http://fr.wiktionary.org/wiki/catena>
- <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/logistique/47678>
- www.logistiqueconseil.org
- <https://www.douane.gouv.fr/les-nouvelles-regles-incotermsr-2020-et-la-valeur-en-douane>
- <http://www.logistiqueconseil.org/Articles/Transit-douane/Assurance-facultes.htm>

Codes et lois

- La loi de 90/10 du 14/04/1990.
- La loi 90-16, 1999.
- La loi n° 78-02 du 11 février 1978.

Réglementations :

- Le décret exécutif n° 96-327 du 1er octobre 1996.
- Le décret exécutif n° 04- 174 du 12 juin 2004.
- Le décret exécutif n°96-94 du 03 Mars 1996.
- Le décret présidentiel n° 98-252 le 8 août 1998.
- Règlement n° 90-04 de la Banque d'Algérie 1999.
- Trois règlements n° 90/02 du 8/9/1990, 91/12 du 14/8/1991 et 91/13 du 14/8/1991, portant respectivement sur les conditions d'ouverture et de fonctionnement des comptes devises des personnes morales, sur la domiciliation des importations, sur la domiciliation et sur le règlement financier des exportations hors hydrocarbures.

Table de matière

Dédicace

Liste des abréviations

Liste des figures

Liste des tableaux

Introduction générale	1
Chapitre I : Cadre théorique sur les exportations	5
Section 1: Généralités sur les exportations	5
1. Définition de l'activité d'exportation	5
2. Les modes d'internationalisation des entreprises	6
2.1. Les exportations.....	6
2.1.1. L'exportation directe	6
2.1.2. L'exportation indirecte	7
2.1.3. L'exportation concertée.....	7
2.2. Les investissements directs étrangers IDE	8
2.2.1. La succursale	8
2.2.2. Le bureau de représentation.....	9
2.2.3. Le partenariat.....	9
2.2.4. La filiale.....	9
2.2.5. La joint-venture	9
2.2.6. La sous-traitance.....	9
2.3. Les stratégies par accord	10
2.3.1. La licence.....	10
2.3.2. La franchise internationale	10
2.3.3. Les transferts internationaux de technologies	10
3. Les raisons d'exportation.....	11
3.1. Raisons stratégiques	11
3.2. Raisons liées au marché.....	12
3.2.1. Facteurs liés au marché de base.....	12
3.3. Les facteurs commerciaux	12
3.3.1. Etroitesse du marché national ou sa saturation.....	13
3.3.2. La spécialisation de l'entreprise	13
3.3.3. La régulation des ventes de l'entreprise	13
3.3.4. Le cycle de vie international du produit	13

3.4. Les facteurs industriels	14
3.5. Les facteurs d'opportunité	14
3.5.1. La demande spontanée.....	14
3.5.2. La production excédentaire	15
3.5.3. La motivation du dirigeant	15
Section 2 : identifications des risques et la démarche d'exportation	15
1. La démarche stratégique à l'exportation	15
1.1. Le diagnostic export	15
1.1.1. Le diagnostic interne à l'entreprise (forces et faiblesses).....	15
1.1.2. Le diagnostic externe a l'entreprise (menaces et opportunités)	17
1.2. Les études de marchés	17
1.2.1. Les études documentaires	17
1.2.2. Les études qualitatives.....	18
1.2.3. Les études quantitatives.....	18
1.3. Définition d'une stratégie à l'exportation.....	19
1.3.1. Identification et choix du marché cible	19
1.3.2. La sélection des produits	19
1.4. La prospection des marchés étrangers	19
1.4.1. La prospection épistolaire.....	20
1.4.2. La prospection directe	20
2. Les risques et les précautions liées aux exportations	21
2.1. Risque politique et les outils de couverture.....	21
2.2. Le risque de change et les outils de couverture	22
2.3. Risque juridique et les outils de couverture	23
2.4. Le risque de transport et les outils de couverture	23
2.5. Le Risque technologique et les outils de couverture	24
2.6. Le risque financier et les outils de couverture.....	25
2.6.1. Le paiement contre remboursement	25
2.6.2. La remise documentaire	27
2.6.3. Le crédit documentaire	29
2.6.4. La lettre de crédit stand-by	30
Chapitre II : La logistique internationale	35
Section 1 : Notions de base relatives à la logistique.....	35
1 .La logistique	35
1.1. Etymologie de la logistique	36

1.2. Définition de la logistique	36
1.3. Les objectifs de la logistique	37
1.4. Les activités de la logistique.....	38
2. La chaîne logistique (supply chain).....	39
2.1. Étymologie de la chaîne logistique.....	39
2.2. Définition de la chaîne logistique	40
2.3. Les éléments essentiels à une bonne gestion de supply chain.....	41
2.4. Les domaines d'intervention du SCM.....	43
2.4.1. La gestion des stocks et de l'entreposage.....	43
2.4.2. La distribution	43
2.4.3. Le transport.....	43
2.4.4. L'import/export	44
Section 2: Généralité sur la logistique internationale	44
1. L'importance de la logistique internationale dans les exportations	44
1.1. Définition de la logistique internationale	44
1.2. L'importance de la logistique internationale dans les exportations	47
2. Les acteurs de la logistique internationale.....	47
2.1. Les intervenants à caractère financiers	47
2.2. Les intervenants à caractère administratif	48
2.3. Les autres intervenants	48
3. Les incoterms et les modes de transport.....	50
3.1. Les incoterms.....	50
3.1.1. Classification des incoterms	51
3.1.2. Présentation des 11 incoterms	52
3.2. Les modes de transport.....	55
4. Les risques et assurances liés au transport de marchandises	57
4.1. Les risques liés au transport de marchandises	57
4.2. Assurance de la marchandise transportée	58
5. Les différentes phases du transport :	60
6. Les critères du choix d'une solution logistique dans une opération d'exportation	62
Chapitre III : La présentation des exportations hors hydrocarbures en Algérie	65
Section 1 : Le contexte algérien	65
1. Description de l'économie Algérienne	65
2. L'évolution du commerce extérieur en Algérie.....	68
2.1. A l'importation	68

2.2. A l'exportation.....	71
2.3. La balance commerciale	74
2.4. Echanges commerciaux par zone géographique.....	76
2.5. Les principaux partenaires commerciaux de l'Algérie.....	80
2.5.1. Les principaux fournisseurs.....	80
2.5.2. Les principaux clients.....	82
3. Les accords commerciaux et décisions des organismes internationaux	84
3.1. L'accord d'association Algérie- Union Européenne (UE)	84
3.2. L'accord Algérie et Grande Zone Arabe de Libre Echange (GZALE)	85
3.3. L'accord de libre-échange avec la Jordanie	86
Section 2: Les exportations hors hydrocarbures en Algérie.....	86
1. L'évolution des exportations hors hydrocarbures en Algérie.....	87
1.1. Etat des lieux des exportations hors hydrocarbures en Algérie pour l'année 2017 à 2019	87
1.2. Les Principaux produits exportés hors hydrocarbures.....	89
2. Politiques de soutien, facilitations et contraintes à l'exportation en Algérie	91
2.1. Les politiques de soutien et facilitations à l'exportation hors hydrocarbures en Algérie	91
2.1.1. Les politiques de soutien	91
2.1.1.1. L'agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX)	91
2.1.1.2. Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (F.S.P.E.).....	92
2.1.1.3. Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations (CAGEX)	93
2.1.1.4. La Société Algérienne des Foires et Expositions (SAFEX).....	93
2.1.1.5. La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI).....	93
2.1.2. Les facilitations	94
2.1.2.1 Facilitations douanières	94
2.1.2..2. Les facilitations portuaires	95
2.2. Contraintes à l'exportation en Algérie.....	96
2.2.1. Lourdeurs administratives	96
2.2.2. Les défaillances au niveau logistique	96
2.2.3. Limites de l'encadrement financier et bancaire.....	97
2.2.4. Déficience des structures et des services d'appui aux exportateurs	97
3. Les entreprises exportatrices au niveau de la wilaya de Bejaia.....	98
3.1. Les informations générales et profil des entreprises enquêtées.....	98
3.1.1. Identification des échantillons	99

3.1.2 .La nature juridique.....	100
3.1.3. Le statut juridique.....	101
3.1.4. La destination des différents produits exportés des entreprises enquêtées.....	101
3.1.5. Le mode d'exportation utilisé par les entreprises enquêtées	103
3.1.6. Les raisons qui poussent l'entreprise enquêtée à exporter	103
3.1.7. Les risques liés à l'exportation des entreprises enquêtées.....	104
3.1.8. Les contraintes rencontrées à l'export des entreprises enquêtées.....	106
3.2. Les perspectives de développement de l'exportation des entreprises enquêtées.....	107
3.2.1. Les mesures d'aide à l'exportation.....	107
Conclusion générale.....	110
Référence bibliographie	

Résumé

Les exportations représentent une opportunité pour le développement des entreprises exportatrices. Ainsi, pour l'économie d'un pays, pour plusieurs raisons : elles alimentent le pays en ressources et en devise, créent les emplois, elles permettent d'augmenter le chiffre d'affaire pour les entreprises par l'acquisition des nouvelles parts de marché...etc.

Pour mieux gérer toutes les opérations d'exportations, la mise en place d'un service logistique est obligatoire pour toutes entreprises qui souhaitent allonger ses échanges au delà des frontières, la logistique est un élément déterminant de la compétitivité des opérations d'exportation depuis l'acquisition de la matière première jusqu'à l'arrivée aux clients finaux.

Pour le cas de l'Algérie, ses exportation reste fortement dépendantes des hydrocarbures, malgré sa richesse en ressource naturelles, et les aides du gouvernement pour financer les exportations hors hydrocarbures, les engagements de ses entreprises restent marginaux.

Dans ce travail de recherche, nous avons tenté de comprendre et de bien cerner les raisons de la faible présence des entreprises algériennes sur les marchés étrangers. Celle-ci s'est longtemps traduite par la part minime voire insignifiante des exportations hors hydrocarbures. Ainsi, nous avons exposé les principales difficultés et contraintes qui se dressent aux entreprises exportatrices dans leur processus d'export. Une source d'obstacles à l'export est relative à l'environnement dans le quel évoluent ces entreprises et qui entrave leur développement sur les marchés étrangers. En effet, de nombreuses contraintes à l'exportation perdurent, elles sont d'ordres réglementaires, institutionnels, logistiques et financiers. Par ailleurs, les conditions administratives et celles institutionnelles sont celles qui contribuent le plus à expliquer les mauvaises performances des entreprises algériennes à l'exportation.

Absract

Exports represent an opportunity for the development of exporting companies. Thus, for the economy of a country, for several reasons: they feed the country in resource

and currency, create the jobs, they allow to increase the turnover for the companies by the acquisition of the new parts of market...etc.

To better manage all operations related to international trade, the establishment of a logistics service is mandatory for all companies wishing to extend its trade beyond the borders, logistics is a decisive element in the competitiveness of international trade operations since the acquisition of the raw material until the arrival to the end customers.

In the case of Algeria, its exports remain highly dependent on hydrocarbons, despite its wealth of natural resource, and government aid to finance non-hydrocarbon exports; the commitments of its companies remain marginal.

In this research we have tried to understand and clearly identify the reasons behind the low presence of Algerian companies in foreign markets. It has long resulted in the minimal or insignificant share of non-oil exports. Thus, we have stated the principal difficulties and constraints faced by exporting companies in their export process.

Source of obstacles to export is related to the environment in which these companies operate, evolve and hindering their international development. Indeed, many export constraints persist; they are of regulatory, institutional, logistical and financial orders.

Moreover, those administrative and institutional conditions are those that contribute most to explain the poor performance of Algerian companies to export.

ملخص

الصادرات تمثل فرصة لتنمية الشركات المصدرة. وبالتالي ، بالنسبة لاقتصاد بلد ما ، لعدة أسباب: فهي تزود البلاد بالموارد والعملية ، وتخلق فرص عمل ، وتجعل من الممكن زيادة معدل دوران الشركات من خلال الحصول على أسهم جديدة في السوق ... إلخ.

لإدارة جميع عمليات التصدير بشكل أفضل ، يعد إنشاء خدمة لوجستية إلزامياً لجميع الشركات التي ترغب في توسيع تجارتها إلى ما وراء الحدود ، فقد كانت الخدمات اللوجستية عنصراً حاسماً في القدرة التنافسية لعمليات التصدير منذ ذلك الحين الحصول على المادة الخام حتى وصولها إلى العملاء النهائيين.

في حالة الجزائر ، لا تزال صادراتها تعتمد بشكل كبير على الهيدروكربونات ، على الرغم من ثروتها في الموارد الطبيعية ، والمساعدات الحكومية لتمويل الصادرات غير الهيدروكربونية ، تظل التزامات شركاتها هامشية.

في هذا العمل البحث، حاولنا أن نفهم ونحدد بوضوح أسباب التواجد الضعيف للشركات الجزائرية في الأسواق الخارجية. وقد أدى ذلك منذ فترة طويلة إلى الحد الأدنى أو حتى الضئيل من حصة الصادرات غير الهيدروكربونية. وبذلك نكون قد كشفنا عن أهم الصعوبات والمعوقات التي تواجه الشركات المصدرة في عملية التصدير. أحد مصادر صعوبات التصدير يتعلق بالبيئة التي تعمل فيها هذه الشركات والتي تعيق تطورها في الأسواق الخارجية. في الواقع ، لا تزال العديد من قيود التصدير قائمة ؛ فهي تنظيمية ومؤسسية ولوجستية ومالية. إضافة إلى ذلك ، فإن الشروط الإدارية والمؤسسية هي الأكثر مساهمة في تفسير الأداء الضعيف للشركات الجزائرية في التصدير.