

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA



Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Economiques

MEMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de
MASTER EN SCIENCES ECONOMIQUES

Option : Economie quantitative

L'INTITULE DU MEMOIRE

Etude statistique du commerce extérieur Algérien

Préparé par :

- AMZAL Akila
- AMARI Khalida

Dirigé par :

- Dr MEZIANI Nadjat
- Dr BOUAKLINE Sihem

Jury :

Examineur 1 : Dr AGGOUNE

Examineur 2 : Dr SEBAHI

Année universitaire : 2019/2020

Remerciements

On tient à remercier tout d'abord le Bon Dieu qui nous a donné le courage, santé et patience
pour accomplir ce travail.

A notre encadreur Mme MEZIANI NADJAT pour son grand soutien et ses conseils,

A notre co-encadreur Mme BOUAKLINE SIHAM pour son aide et ses conseils précieux,

Enfin, à ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce modeste travail.

Dédicace

Je dédie ce travail à :

Mes très chers parents qui m'ont encouragé et soutenu tout au long du parcours
de mes études, que dieu vous protège,

Mes chers frères Fatah et Koceila,

Ma sœur Taous,

Ma binôme Khalida et sa famille,

A toute ma famille et tous ceux qui m'aiment et que j'aime,

A tous ceux qui m'ont aidé de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

Akila

Dédicace

Je dédie ce modeste travail à mes parents; à ma mère qui a veillé les nuits et sacrifié sa vie pour mon bien-être, et mon père puisse ce modeste travail constituer une légère compensation pour tous les nobles sacrifices que tu t'es imposés pour assurer mon bien-être et mon éducation.

A mes chers frères : Yacine et Hamza,

A ma sœurs : Mounira et son mari Nadir

A mes adorables neveux : Iline, Alice,

A toute ma famille et tous ceux qui n'aiment et que j'aime,

A mes cousins et cousines,

A mon mari : Adel et toute la famille Férdj,

A ma binôme : Akila et sa famille,

A mes cher amis : Mouna, loubna, Samia, daouia, Amel, rebiha, Zina et toutes leurs familles.

Khalida

Sommaire

Liste des abréviations

Introduction générale..... 1

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international 4

Section1 : Le commerce international..... 4

Section 2: Les fondements théoriques, politiques commerciales et les institutions du commerce internationales..... 18

Chapitre 2 : L’historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie..... 48

Section 1 : Evolution du cadre juridique du commerce extérieur..... 48

Section 2 : L’ouverture commerciale multilatérale et régionale de l’Algérie. ... 60

Section3 : Les institutions de la promotion du commerce extérieur..... 66

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien. 77

Section 1 : L’évolution des échanges extérieurs Algériens entre 1963 et 2019. 77

Sections 2 : La structure des échanges extérieurs Algériens 87

Conclusion générale 120

Bibliographie

Liste des tableaux

Liste des figures

Table de matières

Liste des abréviations

AGE : Autorisations Globales d'Exportation.

AGI : Autorisation Globale d'Importation

ANPROMEX : L'agence nationale de promotion du commerce extérieur.

CAA : La Compagne Algérienne d'Assurance.

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

CAGEX : La compagne Algérienne d'assurance et de garantie des exportations.

CEPII : centre d'étude prospective et l'information internationale.

CCI : Le Centre Commerciale International.

CI : commerce international.

CNIS : le conseil national de l'information statistique.

FMI : le Fond Monétaire International

FNDR : Fonds National de Régulation et Développement Agricole.

FSPE : Fonds Spécial pour la promotion des Exportation.

GZALE : Grande Zone Arabe de Libre Echange

SAFEX : Société Algérienne des foires et des Exportation.

Hos : Hechscher-Oblin-Samuelson.

IBS : L'impôt sur les bénéfices des sociétés.

OCDE : L'Organisation de Coopération et de Développement Economique

OMC : l'Organisation Mondiale du commerce

ONACO : l'office national de commercialisation.

OPTIMEXPORT : Le programme de Renforcement des capacités Exportatrices des PME Algériennes.

P.A.S. : Le Programme d'Ajustement Structurel.

PIB : produit intérieur brut.

PME : Petit et Moyen Entreprise

Stuc : structure.

SWIFT : society for worldwide Interbank, Financial telecommunication.

TAP : La taxe sur l'activité professionnelle

TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée.

UE : union européenne.

UMA : Union du Maghreb Arabe.

Introduction générale

Introduction générale :

Le commerce international occupe une place importante dans le débat politique et économique qui existe depuis des siècles. Celui-ci, a connu une croissance rapide avec l'apparition de l'école classique aux 18^{ème} siècles sous l'influence des théories économiques (avantage absolu d'Adam Smith, avantage comparatif de David Ricardo et puis la théorie(HOS), qui ont démontré que le libre échange est mis en œuvre par la spécialisation internationale.

L'échange entre les nations est devenu une nécessité car aucune d'entre elles ne peut prétendre satisfaire à ses besoins de façon autonome. L'apparition d'une économie mondiale, l'existence des technologies, l'accroissement de la spécialisation internationale, la force d'accélération de la croissance et la poussée démographique ont favorisé l'essor du commerce international, ainsi que l'intégration économique grâce au développement des échanges internationaux et l'ouverture des économies nationales aux marchés mondiaux.

Les opérations du commerce international devront choisir le mode et la technique de paiement adéquate, parmi de nombreuses possibilités de plus sophistiquées à sécuriser ces opérations.

Cependant, l'histoire économique de chaque pays ou de chaque région présente des spécificités particulières; l'expérience des pays développés s'est montrée assez différente de celle des pays en développement récemment ouverts au commerce mondial.

L'économie Algérienne a connu de profondes mutations dès l'indépendance à nos jours, le passage de l'économie planifiée à la libéralisation a été possible après la mise en place des réformes qui vont permettre une transformation de ces mécanismes.

Algérie, comme le reste du monde, cherche à intensifier ces échanges surtout depuis son inscription dans la phase de transition vers l'économie de marché, après la crise après d'endettement. Dans ce cadre, plusieurs réformes ont été engagées pour marquer la rupture

Avec l'économie administrée. Ces réformes ont été appuyées par le Fond Monétaire International (FMI) dans le cadre de l'ajustement structurel.

Introduction générale

L'Algérie est donc rentrée dans une nouvelle phase, caractérisée essentiellement par un mouvement de libéralisation qui a touché tous les domaines, particulièrement le commerce extérieur.

A cet effet, plusieurs accords bilatéraux régionaux et multilatéraux ont été signés par l'Algérie, parmi ceux-ci, nous avons l'accord d'association avec l'Union Européenne (UE), l'adhésion à la zone arabe de libre échange et la négociation d'une future accession à l'organisation mondiale de commerce (OMC).

Tous ces accords ont principalement pour objectif la relance et la consolidation de la croissance économique du pays. Néanmoins, depuis l'indépendance, l'examen de la structure du commerce extérieur Algérien, fait ressortir la faiblesse des exportations du secteur hors hydrocarbures dans le volume global des échanges commerciaux. Ceci reflète l'énorme dépendance de l'économie nationale vis-à-vis des ressources énergétiques, dont les fluctuations des cours internationaux ont des conséquences néfastes sur l'équilibre macro-économique à moyen et à long terme.

Notre travail s'inscrit dans la problématique du commerce extérieur en Algérie. Il s'agit de l'étude de l'évolution, de la structure des exportations et des importations et la balance commerciale de l'Algérie ainsi que les contraintes entravant le développement du commerce extérieur.

Il s'agit précisément de répondre à cette question : **Quelle est la place du commerce extérieur Algérien dans le marché extérieur?**

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

- Quelles sont les obstacles qui entravent le développement du commerce extérieur en Algérie?
- Quelle est sa part dans la balance commerciale de l'Algérie?
- Les dispositifs mis en place par le gouvernement sont-ils suffisants?

Pour tenter de répondre à la problématique posée, nous braserons notre réflexion sur les hypothèses suivantes :

Introduction générale

H1 : le volume des exportations et des importations sont faibles à cause de la faiblesse de la compétitivité des produits Algériens.

H2 : l'aide de l'Etat aux entreprises exportatrices reste insuffisante.

Dans l'élaboration de ce travail, et afin d'apporter des réponses concrètes aux questions évoquée ci-dessus, nous avons tenté de répondre à la démarche méthodologique suivante :

D'abord, nous vous réalisé une recherche documentaire, qui est basée sur des ouvrages, des thèses et mémoires, des communications ainsi des sites internet relatifs à notre thème.

Outre la recherche bibliographique et documentaire, ainsi que la collecte des données relatives au thème, et afin de mieux cerner notre problématique, nous avons complété ce travail par une étude statistique à partir des données et les rapports annuels de l'ONS et du CNIS, ministère du commerce Extérieur pour tracer l'évolution des échanges extérieurs Algériens, le volume des importations et des exportations ainsi que leurs structures et l'évolution de taux de change de dinar algérien.

Dans le but de mener à bien notre travail, et en fonction des données disponibles, nous avons réparti notre mémoire en trois chapitres :

D'abord, le premier chapitre est axé sur les fondements du commerce international. Nous donnons un aperçu historique des théories qui ont marqué le développement des échanges du commerce international ainsi les différentes politiques commerciales.

Le deuxième chapitre, nous présentons par la suite un bref rappel sur le cadre réglementaire et législatif régissant le commerce extérieur depuis l'indépendance à nos jours, et les accords commerciaux multilatéraux et régionaux de l'Algérie en fin les institutions de gestion et de promotion du commerce extérieur.

Le troisième chapitre est consacré à l'étude statistique des évolutions de la balance commerciale Algérienne depuis l'indépendance jusqu'à 2019 (1963-2019), ressortir le volume des importations et des exportations, ainsi leurs structure et d'identifier les principaux partenaires de l'Algérie. Enfin, nous terminons notre mémoire par une conclusion générale où nous résumons l'essentielle des résultats de notre travail de recherche ainsi que des perspectives, et quelques pistes de recherche.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Introduction :

Le commerce international joue un rôle essentiel dans l'évolution de l'économie mondiale et dans leur développement. Pour ce fait, on a commencé notre projet par ce premier chapitre qui représente le commerce international d'une manière générale.

La première section est dédiée aux concepts de base et l'aperçu historique du commerce international.

La deuxième section est réservée aux fondements théoriques, les différentes politiques commerciales et les institutions du commerce international qui sont la base de ce dernier.

Section1 : Le commerce international

Le développement économique mondiale et la mondialisation donnent à plusieurs pays une chance d'avoir des sources et des nouvelles ressources pour satisfaire les différents besoins, malgré la présence de plusieurs problèmes comme l'assurance de transport des marchandises, le financement des exportations et des importations .

1.1 Présentation du commerce international

1.1.1 Définition

C'est l'ensemble des échanges entre les nations ou bien c'est l'ensemble des biens, services et les capitaux échangés au-delà des frontières géographiques, considérant que chacune d'elle cherche à satisfaire les besoins ressenti par l'homme. Il est considéré aussi comme une ressource de prospérité pour les nations.

Le commerce international est très important dans le développement économique; sociale et humain car les pays ne peuvent pas produire tous les biens et services dont ils ont besoin.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

1.1.2 Les mesures du commerce international :

On distingue deux éléments majeurs qui peuvent mesurer le commerce international : la balance des paiements et les indicateurs du commerce international.

1.1.2.1 La balance des paiements :

est un document comptable qui retrace sous forme comptable l'ensemble des échanges de biens, services et de capitaux pendant une période donnée entre les agents économiques résidants d'un pays et le reste de monde¹.

La balance des paiements mesure le commerce international à travers trois comptes :

1. les comptes des transactions courantes : On distingue quatre grandes opérations :

- Les opérations sur les biens : elles s'appellent aussi la balance commerciale qui représentent les rentrées et les sorties des biens dans un pays.
- Les opérations sur les services : c'est l'ensemble des services qui peuvent être vendus à l'étranger.
- Les transferts courants : on distingue les transferts privés des salaires par des personnes travaillant à l'étranger en faveur des familles restantes dans le pays d'origine, les transferts publics qui représentent les aides économique et financier.

2. les comptes financiers : représente les mouvements d'actifs financiers et capitaux, des devises.

3. comptes des capitaux : représente les transferts d'un pays à un autre, généralement sont des dons et des brevets

1.1.2.2 Les indicateurs du commerce international:

1. Les indicateurs principaux

❖ *les propensions*

- Les propensions à importer : on a

¹ www.glossaire-international.com, consulter le 25/04/2020.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Propension moyenne = les importations / PIB²

Propension marginale = variation des importations / variation du PIB³

- Les propensions à exporter : on a

Propension moyenne = les exportations / PIB⁴

Propension marginale = la variation des exportations / la variation du PIB⁵

- ❖ **le taux de couverture** : est un indicateur qui nous permet de mesurer le solde commercial.

Le taux de couverture = (exportations en valeur / importations en valeur)*100⁶

- Si le taux de couverture est supérieur à 100, on dit que le pays exporte plus qu'il importe, donc la balance commerciale est excédentaire.
- Si le taux de couverture est inférieur à 100, on dit que le pays importe plus qu'il exporte, donc la balance commerciale est déficitaire.
- Si le taux de couverture est égal à 100, on dit que la balance commerciale est équilibrée et que le solde commercial est nul.

- ❖ **le degré d'ouverture** : est un indicateur qui nous permet de représenter le commerce intérieur et extérieur d'un pays.

Le degré d'ouverture = (exportation en valeur + importation en valeur) / PIB

- ❖ **les élasticités** : on a

- Elasticité prix : c'est la variation des exportations ou bien des importations (en %) suite à une variation (1%) du prix de ces exportations ou bien des importations.

Elasticité prix = $\frac{\text{variation des exportations / exportations}}{\text{variation de prix / prix}}$

² [Http://egsh.ensf.fr](http://egsh.ensf.fr), consulte le 10/03/2020.

³ [Http://egsh.ensf.fr](http://egsh.ensf.fr), consulte le 10/03/2020.

⁴ [Http://egsh.ensf.fr](http://egsh.ensf.fr), consulte le 10/03/2020.

⁵ [Http://ensh.ensf.fr](http://ensh.ensf.fr), consulte le 10/03/2020.

⁶ [Http://egsh.ensf.fr](http://egsh.ensf.fr), consulte le 10/03/2020.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Ou bien

$$\text{Elasticité prix} = \frac{\text{variation des importations / importations}}{\text{variation de prix / prix}}$$

- Elasticité revenu : c'est la variation des exportations ou bien des importations (en%) suite à une variation de (1%) du PIB.

$$\text{Elasticité revenue} = \frac{\text{variation des exportations / exportations}}{\text{variation du PIB / PIB}}$$

Ou bien

$$\text{Elasticité revenue} = \frac{\text{variation des importations / importations}}{\text{variation du PIB / PIB}}$$

- ❖ **les termes de l'échange** : est un indicateur qui nous permet d'avoir la valeur relative de l'évolution de la valeur des importations et des exportations.

$$\text{Terme de l'échange} = \frac{\text{indice des prix à l'exportation}}{\text{indice des prix à l'importation}} * 100$$

2. Les indicateurs de spécialisation des économies dans le commerce internationale :

A partir des indicateurs suivants, on peut distinguer les domaines de spécialisation de chaque pays :

- **la part du marché des exportations d'un pays X** : Il nous donne une image sur la part des exportations d'un pays par rapport aux exportations mondiales.

$$\text{La part des exportations d'un pays X} = \frac{\text{les exportations de x}}{\text{les exportations mondiales}} * 100$$

- **les soldes relatifs** :

Le solde relatif = le solde commercial d'un pays X dans la branche J / le total du commerce dans la branche J.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Le solde relatif = solde commercial d'un pays X dans la branche I/le total du commerce dans la branche I.

➤ ***l'indicateur d'avantage comparatif révélé*** : c'est la part des exportations d'un produit J par rapport à l'ensemble des exportations (les exportations mondiales).

- Indicateur de spécialisation des exportations : il nous indique si ce que le pays X est un pays spécialisé dans la production du produit J ou pas.
- indicateur de dépendance des importations : il représente la part de l'approvisionnement national produite dans le pays X.

➤ ***indicateur du centre d'étude prospective et l'information internationale (CEPII)*** :

C'est un indicateur construit à partir des soldes commerciaux et centre sur la position relative de ces derniers.

$$S = 1000 * \left[\frac{\text{solde de la branche}}{PIB} \right] * 1000 \left[\frac{\text{solde globale}}{PIB} * \frac{\text{exportations} + \text{importations de la branche}}{\text{exportations} + \text{importations du monde}} \right]$$

1.1.3 Le financement du commerce international :

Il est nécessaire d'utiliser les techniques et les instruments de paiement dans une opération (la transaction) du CI, dont chaque instrument a des avantages et des inconvénients. L'importance des transactions entre les pays détermine la nature des relations commerciales.

1.1.3.1 Les instruments de paiement internationaux

1. le chèque :

Est un instrument de paiement par lequel le titulaire d'un compte donne un ordre à sa banque de payer un montant déterminé, prélève sur ses fonds ou sur les crédits, à lui-même, à une personne donnée ou au porteur⁷.

⁷ LUC Bernet ROUANDE : principes de techniques bancaires. Edition DUNOD, Paris, 2002. Page 43.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Le chèque est facile à l'utiliser, les commissions sur les montants élevés sont faibles et considérées comme un moyen contre l'inflation.

Mais d'un autre côté, la durée d'encaissement varie. Il peut être volé (perdu), risque de non provision et le risque de change si le chèque est établi en devises.

- Le chèque d'entreprise : est tiré par le titulaire du compte sur une banque. Il n'offre aucune garantie; la provision pouvant être inexistante au moment où le chèque est présent à l'établissement teneur du compte. Cet inconvénient est partiellement ou totalement levé par le visa ou la certification.
- Le chèque de banque : est tiré par une banque sur elle-même à la demande de l'acheteur. Il offre une garantie au risque commercial et pas sur le risque bancaire

2. Le virement bancaire international : Est défini comme un transfert d'un compte à un autre, opéré par une banque sur l'ordre de l'importateur au profit de l'exportateur. Cet ordre peut être en monnaie nationale ou bien en devise. On trouve :

- *Le virement par courrier :* est un virement par la poste. Le délai d'acheminement varie en fonction de l'éloignement et de l'organisation postale du pays concerné.
- *le virement par télex :* est un moyen très rapide que le courrier et plus sécurisé.
- *le virement par SWIFT :* est un système d'interconnexion. Il est considéré le réseau le plus souple et le plus rapide. Le virement est plus rapide, plus facile et il ne coûte pas cher. Mais il ne constitue pas une garantie de paiement. L'initiative de l'ordre de virement est laissée à l'importateur et ne protège pas contre le risque de change.

3. la lettre de change : C'est un écrit par lequel le tireur (exportateur) donne l'ordre au tiers (l'importateur) ou à son banquier de lui payer une certaine somme à une date déterminée. Elle représente une créance négociable auprès d'une banque, et elle est transmise par endossement pour régler une dette. Mais elle ne garantit pas le risque de perte ou bien de vol, elle peut être longue parce qu'elle est transmise par voie postale et elle est un peu coûteuse.

4. le billet à ordre : Peut être défini comme étant un écrit par lequel une personne appelée souscripteur (le débiteur) reconnaît sa dette et s'engage à payer à une autre personne appelée bénéficiaire (le créancier) une certaine somme d'argent à une échéance déterminée. Il est émis à l'initiative de l'acheteur et non pas à celle du vendeur.

5. le mandat poste internationale : Il est représenté par trois formes : mandat ordinaire, mandat de versement à un compte postal et mandat télégraphique. Il est un instrument très peu utilisé.

1.1.3.2 Les techniques du paiement international :

- 1. L'encaissement simple :** Est une technique utilisée lorsque les partenaires se connaissent de longues dates. L'encaissement direct désigne les opérations dans lesquelles les règlements du vendeur ne sont pas conditionnées par la remise en banque des documents destinés à prouver qu'il a rempli ses obligations.⁸
- 2. Le contre remboursement (cash delivery) :** Est une technique qui assure l'encaissement du montant de la marchandise par le transformateur final. L'utilisation de cette technique est très limitée.
- 3. L'affacturage :** Ou factoring est une technique qui permet à l'entreprise d'externaliser la gestion de son poste client ; c'est-à-dire qu'un prestataire extérieur (le factor) va se charger du recouvrement des créances et finance de l'entreprise par une opération de rachat de créances.⁹

Les sociétés d'affacturage permettent d'améliorer la trésorerie de l'entreprise en leur cédant les créances clients, en passant un contrat avec un établissement de crédit spécialisé appelé factor, l'entreprise lui cède définitivement ses créances clients.

- 4. Le compte à l'étranger :** Le principe de cette technique c'est que lorsqu'un exportateur fait plusieurs transactions avec un importateur dans un autre pays et surcroît pour des sommes importantes, et que sa banque possède une filiale dans

⁸ [Hts://www.cours-gratuit.com](https://www.cours-gratuit.com), consulte le 25/05/2020.

⁹ [Hts:// www.glossaire-international.com](https://www.glossaire-international.com), consulte le 12/08/2020.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

ce pays, l'exportateur peut avoir un compte dans cette banque pour faciliter les paiements. Cette technique permet de réduire les commissions liées au rapatriement vu la globalisation des recettes. Elle permet le paiement des fournisseurs locaux et les paiements effectués à partir d'un compte étranger coûtant moins chers que les paiements internationaux.

5. **La remise documentaire** : est une technique de paiement internationale dans laquelle l'exportateur mandate sa banque pour remettre les documents importants pour l'importateur contre paiement de la marchandise. Cette remise peut prendre deux formes : une remise contre paiement et une remise contre acceptation d'un effet de commerce.¹⁰

- La remise contre paiement : ils sont remis à l'importateur par sa banque contre paiement immédiat.
- Tire par l'exportateur à une échéance : l'exportateur accorde un délai de paiement et supporte le risque de paiement. Il ne supporte pas conséquent le risque de paiement.

6. **Le crédit documentaire** : « s'appelle aussi une lettre de crédit ou bien Credoc.

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. Des documents confirment prouvant que la marchandise a été expédiée ou la prestation effectuée»¹¹.

Le crédit documentaire doit comporter :

- Les coordonnées et noms des parties concernées
- Le montant du crédit
- La désignation des marchandises
- Les conditions de vente et de validité

Il peut être réalisé à partir de plusieurs manières, soit par un paiement à vue, à terme, par un paiement différé, ou bien par une négociation.

Un crédit documentaire peut prendre plusieurs formes :

¹⁰ [Htts:// cours-gratuit.com](https://cours-gratuit.com), consulte le 25/05/2020.

¹¹ Source : union de banque suisse.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

- Le crédit révocable : c'est un crédit pour lequel il n'y a pas de lien juridique entre la banque émettrice et le bénéficiaire du crédit;
- Le crédit irrévocable : il ne peut être modifié ou annulé qu'avec l'accord de toutes les parties. Il peut être notifié ou confirmé;
- Le crédit revolving : dans cette technique, le montant et la durée sont renouvelés automatiquement;
- Le crédit transférable : est une technique dans lequel le bénéficiaire (généralement c'est un intermédiaire) a la possibilité de mandater sa banque pour qu'elle transfère tout ou une partie de crédit documentaire à un autre bénéficiaire (généralement c'est un fournisseur final ou le producteur) ;
- **Le crédit red clause** : est un crédit qui comporte une clause autorisant la banque à faire une avance au bénéficiaire (l'exportateur).

1.1.4 Les risques liés aux opérations du commerce international :

1.1.4.1 Le risque de change :

La notion de risque de change est liée à l'incertitude du taux de change d'une monnaie par rapport à une autre, à court ou à moyen terme. Autrement dit, ce risque est lié à la volatilité des devises sur le marché des changes.

Toutes les entreprises qui participent au commerce international sont confrontées à ce risque dès qu'elles effectuent des opérations commerciales en devises; et aussi toutes les sociétés qui ont des filiales de groupes multinationaux. Pour cela il existe deux facteurs à prendre en considération pendant une opération à l'international.

- La société qui possède des filiales à l'étranger : Il s'agit d'une exposition liée au fait que la maison mère possède des filiales dans des pays disposant d'une autre monnaie.

Les échanges de flux entre filiales ou succursales, les remontés de capitaux, tout ceci entraîne une forte exposition au risque de change.

- Cours de change et concurrence : Il existe également un autre risque de change à prendre en considération même s'il ne semble pas toucher directement l'entreprise.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

En effet, dans le cas par exemple d'un exportateur qui souhaiterait être réglé dans sa monnaie, des variations de cours pourront affecter la compétitivité de ses produits en les rendant plus ou moins chers pour les acheteurs étrangers, suivant que la devise baisse ou monte par rapport à la monnaie nationale de l'exportateur.

1. Les techniques de couverture

La couverture de risque de change consiste à réduire ou à annuler ce risque par des méthodes internes ou bien externes.

1.1. Les méthodes internes :

- **le netting ou bien la compensation multinationale** : est une technique utilisée dans les grandes firmes pour effectuer les paiements internes entre la société mère et ses filiales par la compensation entre les flux de créances et les dettes.
- **le choix de la monnaie de facturation** : c'est de choisir la monnaie qui comporte le moindre risque.
- **le termaillage** : c'est une procédure par laquelle l'entreprise cherche à faire varier les termes du contrat (le délai) de paiement, afin de pouvoir profiter d'une évolution favorable du cours de change. Si l'entreprise importatrice anticipe une appréciation de la monnaie de facturation, elle tentera d'accélérer le règlement du fournisseur et en cas d'appréciation, elle cherche à retarder le paiement. La situation est inverse pour une entreprise exportatrice, c'est-à-dire, si la tendance à la hausse de la devise, elle sera tentée de retarder le client, mais lorsqu'il s'agit d'une baisse, l'accélération du paiement est souhaitable.

1.2. Les techniques externes :

- **Forward ou bien la couverture à terme** : il s'agit d'un accord d'achat ou de vente d'un actif entre deux parties à un prix (taux) et à une date future précisée dans le contrat.
- **Swap de devise** : est une technique qui permet aux deux parties d'échanger les différents flux financiers à base d'un taux et une échéance définis à l'avance. Les deux parties sont généralement des banques et des institutions financières.
- **L'option** : est un contrat qui permet de transférer le risque de change à une tierce partie en échange d'un paiement d'une prime.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Comme l'entreprise peut profiter d'une appréciation favorable de la devise tout en étant protégé en situation inverse (assurance).

1.1.4.2 Le risque commercial :

Concerne l'acheteur privé, c'est-à-dire, un opérateur qui peut être mis judiciairement ou administrativement en faillite.

On peut distinguer deux points essentiels :

- Le premier point : c'est le risque de non paiement qui représente l'incapacité financière de l'acheteur qui connaît des difficultés de trésorerie. Il ne peut pas payer le montant de la transaction dans les délais discutés.
- Le deuxième point : c'est le litige qui peut être le résultat de la mauvaise qualité de la marchandise, qui peut engendrer l'annulation de la commande.

Comme il peut être le résultat de la non-exécution d'une des clauses du contrat.

Dans le risque commercial, il existe des facteurs à prendre en considération tels que :

- la nature de l'entreprise
- la situation financière de l'acheteur
- le type de bien prisable ou non
- la valeur de l'expédition
- probabilité pour que l'expédition soit refusée

1. Les techniques de couvertures dans un risque commercial¹²

- la souscription d'une assurance crédit dans une compagnie d'assurance pour indemniser des proportions définies au contrat dans le cas d'insolvabilité déclarée par le débiteur
- l'externalisation de la gestion des risques par l'affacturage ou le for faitage qui sont deux techniques qui permettent de transférer le risque de non paiement sur un établissement spécialisé.
- le crédit documentaire irrévocable et confirmé : est une technique qui élimine toute possibilité des risques commerciale du fait de l'engagement irrévocable des banques émettrice

¹² <https://www.memoireonline.com> , consulte le 15/07/2020.

1.1.4.3 Le risque politique :

Est un risque lié au pays de l'acheteur qui est né d'une décision unilatérale d'un gouvernement de suspendre tout transfert à destination d'un pays tiers pour diverses raisons, ou d'une détérioration des réserves de changes du pays débiteur compromettant ainsi sa capacité de transfert.

Dans ce risque il faut prendre en considération¹³ :

- la situation politique du pays de l'acheteur,
- la situation économique au pays de l'acheteur,
- la situation de la balance des paiements,
- la stabilité de gouvernement,
- la possibilité d'annulation des licences d'importation.

1. Les techniques de couvertures dans un risque politique :

- l'assurance crédit à l'exportation
- l'affacturage
- le forfaitage

1.1.4.4 Autre risques liés au commerce international :

1. Le risque de fabrication ou bien le risque technique : Est un risque lié à l'incapacité du vendeur d'accomplir ses engagements, de s'acquitter de ses obligations et de travailler sur la commande selon les besoins de l'acheteur. Ce type du risque se situe entre la signature du contrat et la fin des obligations contractuelles.

2 Les risques liés au transport : sont des risques liés à l'opération de transportation des marchandises à l'international tels que le risque de non livraison, le risque de détérioration de la marchandise, le risque de livraison en retard, la perte et le vol ...etc.

3.Le risque catastrophique : Est le risque né d'une catastrophe tels que, les inondations, tremblements de terre et toute catastrophe qui peut désorganiser l'économie d'un pays et empêcher les acheteurs d'honorer leurs engagements.

¹³ <https://www.memoireonline.com> , consulte le 15/07/2020.

4. Le risque de non-transfert : Est lié à la pénurie de devises dans le pays de l'acheteur, à l'interdiction ou à la limitation des mouvements des capitaux vers l'étranger décidés par les autorités, c'est le risque le plus important auquel un exportateur puisse être confronté.

Pour les techniques de couvertures sont les même avec les risques précédant.

1.2 Un aperçu historique sur le commerce international

Avant 1800, le commerce international a été un peu difficile pour expliquer les mouvements internationaux à cause du manque des moyens de transports, la distance entre les pays et l'indisponibilité des biens.

1.2.1 La phase de 1820 -1913 :

Depuis la révolution industrielle, le commerce international donne un autre sens à l'économie mondiale. Elle a connu une croissance très importante à cause de la révolution technique, la modification des politiques commerciales qui s'orientent vers la libéralisation des échanges, surtout dans les pays Européens qui ont occupé une place très importante dans l'économie mondiale et les échanges mondiaux. Elles sont spécialisées dans la production et l'exportation des produits manufacturiers et l'importation des matières premières (la domination du Royaume-Uni).

Le développement des villes et les centres de la production donnent une importance à l'organisation du commerce dans des points où la population est élevée. Les résultats de ces causes : la population mondiale a été multipliée par 3¹⁴, le PIB mondiale par 40 et un très fort développement des échanges mondiales ainsi que le développement de transport maritime qui a rendu le CI plus facile qu'avant.

Mais ça n'empêche pas que le CI augmente d'une manière disproportionnée par rapport à la production. Selon les statistiques, le CI a été multiplié par 25 et la production par 2.2 seulement dans cette période.

1.2.2 De 1914-1990 :

C'était une période très difficile pour le CI à cause des deux guerres mondiales, la crise économique de 1929 et la chute des prix du pétrole (le choc pétrolier de 1980).

¹⁴ OUARET Ade let TOUATI Hafid, «le rôle de transit dans le commerce extérieur cas procédure de dédouanement à l'importation agence de transit MTA», pour l'obtention du diplôme du master en science commerciale, université de Bejaia promotion 2015-2016, P14.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Cette période a été caractérisée par la baisse du taux de croissance entre les deux guerres mondiales, une faible évolution des produits échangés, apparence d'une nouvelle puissance mondiale qui est ETATS-UNIS, puis le JAPON après que le Royaume-Uni a perdu sa place prééminente dans le CI. Donc, l'Europe devient la première zone d'importation et d'exportation dans le monde après avoir des modifications structurelles du CI, pour les pays en voie de développement restent toujours subsidiaire pour les pays développés.

Mais après la deuxième guerre mondiale, le taux de croissance a augmenté rapidement. Il a atteint 7.3% entre 1948-1971 et 8.8% par an entre 1960-1973. A partir de 1974 jusqu'au 1982, les taux de changes ont été stables environ de 5% par an.

En général, on peut dire que cette période est une période hiérarchique et pleine d'événements.

1.2.3 De 1990 à nous jours :

On peut dire que cette période est une période d'explosion du commerce international à cause de la libéralisation du CI, le développement des moyens de paiements internationaux, la diminution des coûts de transports et la réduction des barrières aux échanges par les grandes institutions internationales qui sont des organismes, qui protègent et développent les échanges internationaux. En premier lieu, on trouve l'OMC.

Une croissance de la production très forte grâce aux progrès techniques et aux économies d'échelle, le CI augmente plus vite que la richesse. Les exportations des produits manufacturiers représentent 60% des exportations mondiales, malgré que la crise de 2008 a réduit le rythme de la dynamique de CI qui a conduit à une baisse des exportations mondiale enivrant de 12% en 2009, mais en général, le taux de croissance est de 7% par ans en moyenne. Entre 2012 et 2017 le CI a augmenté de 4.7% et la valeur en dollar des exportations et des importations de marchandises a augmenté de 11 %, passant à 17730 milliards de dollars, alors que les exportations de services commerciaux ont augmenté de 8% passant à 5280 milliards de dollars EU. Cette forte croissance en volume est due principalement à des facteurs cycliques, la croissance mondiale du PIB, et au taux de change du marché ayant atteint 3 % contre 2.3 % en 2016.

Section 2: Les fondements théoriques, politiques commerciales et les institutions du commerce internationale.

2.1. Les fondements théoriques et les politiques commerciales :

2.1.1. Les principales théories du commerce international :

Les théories classiques et néo-classiques ont une certaine imperfection considérable. Pour les confirmer dans la pratique, il faut subir beaucoup de restrictions et hypothèses qui malheureusement, sont difficiles à réaliser dans la vie réelle. Cela a mené à la recherche active de nouvelles théories expliquant les problèmes divers du commerce extérieur dans les conditions modernes.

2.1.1.1. La théorie mercantiliste :

La théorie mercantiliste élaborée et réalisée au XVI-XVII siècles est apparue la première dans les théories du commerce international. Notamment le XVII siècle est décrit par Emile James comme «une époque spécialement difficile à caractériser, à cause de ses tâtonnements intellectuelles ».¹⁵ Avant de donner plus de détails, il nous semble indispensable de décrire brièvement le contexte à partir duquel est naît la théorie des mercantilistes. Cette époque se caractérisait par:

- Les grandes découvertes qui élargissaient l'horizon du monde, qui ont ouvert de nouvelles routes commerciales et qui ont provoqué un bouleversement de mentalités décisives pour la pensée économique ;
- L'émancipation à l'égard de l'église et des conceptions médiévales: se traduit «par une disparition de la mauvaise conscience de la recherche du gain; la richesse cesse d'être condamnable»¹⁶ ;
- La renaissance, qui permet de redécouvrir la nature et la vie à travers le détour étonnant de l'antiquité. La renaissance est aussi une puissante curiosité intellectuelle qui va se traduire par un faisceau de découvertes scientifiques et techniques.

¹⁵ JAMES.E «histoire sommaire de la pensée économique», édition Montchrestien 1969,P46.

¹⁶ SAMUELSON.A« les grands courants de la pensée économique», édition OPU, 1993, P 20.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

- La réforme qui est un mouvement vers la rigueur, l'émergence de nouveaux rapports avec l'homme et le divin, libérés du règlement du rituel.

De ce bref rappel de repères historiques, il est clair que l'origine de la pensée économique libérée de l'obsession morale, trouve le mercantilisme et une relation nouvelle avec la richesse.

Les partisans de la théorie mercantiliste ne prenaient pas en considération l'intérêt que reçoivent les pays de l'importation des biens et des services étrangers au cours de la division internationale du travail, mais ils trouvaient uniquement l'export économiquement justifié.

- Les mercantilistes sont les premiers à estimer que l'enrichissement est une fin louable «l'heure des hommes pour parler à notre monde, consiste principalement en la richesse», écrit Montchrestien*. Les principes doivent faire à leurs sujets les moyens des s'enrichir;
- L'intérêt personnel est un stimulant qui conduit à la prospérité générale, mais l'économie est un service du pouvoir au sens où l'enrichissement des citoyens est le moyen d'accroître la puissance de l'état»¹⁷.

C'est pourquoi les mercantilistes trouvaient que le pays devait limiter l'importation (excepté l'importation des matières premières), tâché de tout produire soi-même, et surtout l'exportation des produits finis. Pour obtenir l'afflux de la devise (c'est-à-dire l'or).

L'afflux de l'or dans le pays à la suite de la balance positive commerciale augmentait les possibilités de l'accumulation du capital et par cela contribuait à la croissance économique, à l'emploi et à la prospérité du pays. Les mercantilistes estiment que l'économie de l'intérêt d'un participant du marché d'échanges se transforme en un préjudice économique pour d'autres (pays importateurs). Nous croyons cette représentation provenir encore du moyen âge. Il faut estimer cette théorie comme un défaut principal.

En résumé, Les mercantilistes affirment que le meilleur moyen pour une nation d'accroître sa puissance et sa richesse consistait à exporter plus qu'elle importait, la

¹⁷ SAMUELSON .A : le même ouvrage, P22.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

différence devait être alors réglée par un afflux de métaux précieux-principalement l'or.

Plus une nation avait d'or plus elle était riche et puissante, de cette manière les mercantilistes invitaient les gouvernements à stimuler les exportations et à reteindre les importations. Puisque toutes les nations ne peuvent avoir un excédent commercial simultanément et que le stock d'or existant à un instant déterminé est invariable, une nation ne pouvait alors progresser qu'au détriment des autres.

Adam Smith remarquait que le bien-être de la nation dépend non seulement de la quantité d'or accumulée, que de sa capacité à produire les biens et les services finaux.

2.1.1.2. Les théories traditionnelles du commerce international :

La théorie traditionnelle du commerce international comprend les modèles classiques d'Adam Smith et de David Ricardo ainsi que le modèle dit des proportions de facteurs d'Heckscher-Ohlin-Samuelson. Elle repose sur les hypothèses suivantes:

- Existence de fonctions de production à rendements d'échelle constants; la fonction de production est identique dans les deux pays pour chaque produit;
- Absence des coûts de transport ou de droits de douane;
- Existence d'un plein emploi des facteurs de production;
- Existence d'une concurrence pure et parfaite sur le marché des biens et des facteurs de production;

Néanmoins, ces théories ont présenté des difficultés ou lacunes face au développement du commerce international.

1. La théorie avantage absolus d'Adam Smith

La théorie des avantages absolus se basait sur une condition tout à fait différente (en comparaison avec la théorie mercantiliste).

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Cherchant à défendre l'idée du libre échange, l'économiste Adam Smith ou comme l'appelle Emile James le «père de l'économie politique»¹⁸, commence le premier chapitre du livre célèbre «Recherche sur la nature et des causes de la richesse des nations» en 1776. Ce livre a servi de Livre Sacré à tous les économistes pendant soixante-dix ans.

Regardons le résultat auquel a abouti Smith dans ce livre: si n'importe quel pays étranger peut nous approvisionner n'importe quelle marchandise, par achat du plus bon marché, et que nous-mêmes nous sommes en état de la fabriquer, il vaut mieux l'acheter pour une certaine partie du produit de notre propre travail industriel qui est joint à ce domaine et dont nous possédons un certain avantage. La théorie des avantages absolus dit que: le pays doit importer les marchandises dont les coûts de production y sont plus élevés que chez des pays étrangers, et exporter les marchandises dont les coûts de production y sont plus bas qu'à l'étranger, c'est-à-dire, il y a des avantages absolus.

Autrement dit, A. Smith montre «qu'un pays ne doit pas hésiter à acheter à l'extérieur ce que les producteurs étrangers peuvent produire à meilleur compte que les producteurs nationaux. Le pays qui vend un certain produit moins cher que tous les autres pays possède ainsi un avantage absolu pour ce produit. Smith indique alors qu'un pays doit se spécialiser dans la production de biens pour lesquels il possède cet avantage absolu et acheter tous les autres biens».

A l'opposé des mercantilistes, A. Smith se prononçait pour la liberté de la concurrence à l'intérieur du pays et sur le marché mondial, en partageant le principe avancé par l'école économique française des physiocrates. (Laissez-faire), c'est-à-dire: non-intervention de l'Etat dans l'économie.

Nous pouvons résumer l'essence de la théorie de l'avantage absolu dans ces termes: Si n'importe quel pays peut produire n'importe quelle marchandise en grande quantité et peu chère, que d'autres pays, il possède l'avantage absolu. Dans les conditions où le commerce extérieur manque, chaque pays peut consommer seulement les marchandises et la quantité qu'il produit, mais les prix relatifs de ces marchandises sur le marché sont définis par les frais nationaux de leur production.

¹⁸ JAMES.E : le même ouvrage, P 78.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Les prix intérieurs des mêmes marchandises dans différents pays sont toujours divers suite à des particularités dans les facteurs de la production, les technologies utilisées, la qualification de la main-d'œuvre ... etc.

Pour que le commerce soit mutuellement avantageux, le prix d'une marchandise du marché extérieur doit être plus haut que le prix intérieur de la même marchandise dans le pays-exportateur, et plus bas que dans le pays-importateur.

Au point de vue classique de la valeur de travail, le coût d'un bien est égal à la quantité de travail nécessaire à la production d'une unité de ce bien.

Si 80 heures de travail permettent de produire 20 litres de vin en Angleterre et 40 litres au Portugal, les coûts absolus respectifs des deux pays s'établissent ainsi :

Portugal a un avantage absolu de coût sur l'Angleterre de $4-2=2h$. Son coût en travail pour la production de vin est deux fois moins élevé. On dira donc qu'un pays A bénéficie d'un avantage absolu sur le pays B pour un produit donné, si le coût absolu de ce produit est inférieur dans le pays A par rapport au coût dans le pays B. Ceci conduit à une comparaison des coûts absolus produit par produit.

Le profit reçu par les pays du commerce extérieur consistera dans l'accroissement de la consommation, qui peut être conditionnée par la spécialisation de la production. Selon la théorie de l'avantage absolu chaque pays doit se spécialiser sur la production de cette marchandise dont il possède l'avantage exclusif (absolu).

À partir de la théorie de l'avantage absolu, le commerce extérieur reste toujours avantageux pour les deux parties.

Jusqu'à présent, tant que dans les rapports des prix intérieurs entre les pays, les différences sont gardées, chaque pays disposera de l'avantage comparatif. Le gain de la vente de la production sera le plus grand alors quand chacun marchandise sera produite par ce pays dont les frais alternatifs sont plus bas.

2. La Théorie de l'avantage comparatif de David RICARDO :

La portée de l'analyse Ricardienne a été considérable, elle a été développée dans l'ouvrage principal de David Ricardo (1772-1823) «Principes de l'économie politique et de l'impôt» de 1817. Le modèle Ricardien repose sur le modèle de base

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

2-2-1¹⁹, c'est-à-dire deux (2) pays: Angleterre, Portugal; deux (2) produits: le drap, le vin; un (1) facteur de production: le travail. Le point de départ de cette théorie est la comparaison de deux économies en autarcie.

Les coûts unitaires relatifs de production de drap par rapport au vin ne sont pas les mêmes dans les deux pays; en Angleterre 100/120, par contre en Portugal 90/80 (voir le tableau ci-dessous).

Tableau 1: les coûts unitaires de production du drap et du vin.

Pays /produit	Angleterre	Portugal
Drap	100	90
Vin	120	80

Source: Michel Rainelli, Commerce international, Ed la découverte, Paris, 2003, P47.

Selon le raisonnement smithien, l'Angleterre n'a rien à offrir au Portugal, car ce dernier dispose d'un avantage absolu pour les deux biens. Mais Ricardo montre le contraire dans sa fameuse contribution à la littérature du commerce international. Ainsi, un pays gagnera toujours à commercer même s'il est absolument moins productif que son partenaire dans toutes les activités, même s'il ne dispose d'aucun avantage absolu, il jouira toujours d'avantage comparatif²⁰.

Pour illustrer cette idée, supposons qu'en Angleterre, pour augmenter une unité de drap, il faut renoncer à environ 0.83 (100/120) unité de vin, et pour augmenter une unité de vin, il faut abandonner 1.2 (120/100) unité de drap. Par contre, en Portugal, pour la production d'une unité de vin, il faut céder environ 0.88 (80/90) unité de drap et 1.125 (90/80) unité de vin contre le renoncement à une unité de drap.

¹⁹ DE MELO.J et GRETHER J-M, « commerce international : théories et applications », édition Boeck, Bruxelles, 1997, P73.

²⁰ DE MELO.J et GRETHER J-M, le même ouvrage, P73.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

On peut déduire alors que le drap est plus difficile à produire que le vin en Portugal, alors qu'au Angleterre c'est l'inverse. En effet, chaque pays a intérêt à se spécialiser dans la production de la marchandise pour laquelle il détient l'avantage comparatif le plus élevé (le Portugal se spécialise dans la production du vin, par contre l'Angleterre va se spécialiser dans la production du drap). Dès lors, il y a toujours un gain à l'échange, donc il est de l'intérêt du pays de s'ouvrir à l'extérieur et à s'échanger même s'il est désavantagé dans toutes les productions, ou avantagé dans toutes les productions.

La théorie de l'avantage comparatif présente des limites que nous pouvons citer comme suit:

- Le travail n'est pas le seul facteur de production des biens;
- Le modèle de Ricardo est fondé sur l'échange de spécialisation, donc sur le commerce interbranche, il a ignoré l'existence du commerce international pour des produits identiques (commerce intra-branche) alors que celui-ci est devenu tout à fait dominant aujourd'hui ²¹;
- Elle suppose que les coûts réels sont constants chez toutes les nations, alors qu'ils sont variables d'un pays à l'autre.

3. Le modèle d'Heckcher Ohlin Samuelson (H.O.S)

Cette théorie est le principal prolongement de l'analyse ricardienne. Ce modèle porte le nom de ses trois auteurs, les économistes suédois Eli Hecksher (1919), Bertil Ohlin (1939) et l'économiste américain Paul Samuelson (1948). Il s'agit, dans un premier temps, de deux exposés littéraires, dus à Hecksher et Ohlin où ceux-ci cherchent l'origine de l'avantage comparatif qui est basé sur l'abondance relative d'un facteur de production, ce que l'on nomme la dotation factorielle.

Pour ce faire, cette analyse néo-classique abandonne l'hypothèse Ricardienne du seul facteur de production. Elle adopte l'hypothèse de la combinaison de deux (ou plusieurs) facteurs de production. Le théorème Hecksher-Ohlin énonce qu'un pays, relativement doté dans un facteur de production, exportera les biens intensifs en ce facteur en échange de biens importés, qui nécessitent un usage plus intensif de ses facteurs rares.

²¹ FIGLIUZZI .A, «économie internationale : faits-théories-débats contemporains», édition Ellipses 2006, P187.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Le modèle de base de cette théorie est dit «2-2-2», c'est-à-dire 2 pays (étranger, national), deux biens l'un est intensif en capital et l'autre est intensif en travail, deux facteurs de production (capital, travail). Le pays national se spécialisera et exportera les produits intensifs en capital (ou en travail), et importera les produits intensifs en travail (ou en capital), les deux pays sont identiques en tout point, sauf pour les dotations factorielles qui seront à l'origine de l'échange.

Par la suite, Paul Samuelson a apporté une contribution supplémentaire en montrant que le libre-échange conduit à une égalisation internationale des prix des facteurs de production (théorème HOS –Heckscher-Ohlin-Samuelson).

Dans le modèle HOS, la spécialisation se fait sur la base de la dotation différentielle en facteurs de production, il livre deux conséquences très importantes: le théorème de Stolper-Samuelson⁸ et le théorème de Rybczynski.

Le théorème de Stolper-Samuelson postule, qu'à terme, l'échange international conduit à l'égalisation des prix des facteurs identiques et donc à la disparition des avantages comparatifs, par conséquent les nations vont chercher d'autres aspects, par exemple la recherche et développement, l'innovation, etc.

Le théorème Rybczynski permet de relier les modifications des dotations en facteurs d'un pays, il explique l'effet d'un accroissement relatif de la dotation en un facteur sur la spécialisation du pays.

Wassily Leontief (1905-1999), en 1953, a présenté une vérification empirique pour le modèle HOS, pour le cas des Etats-Unis qui sont dotés en capital plus qu'en travail, et il a montré que leurs exportations sont caractérisées par des produits intensifs en travail. Cet état de fait est qualifié de paradoxe. Il ne remet pas en cause le modèle HOS, mais il propose de prendre en compte le nombre des travailleurs ainsi que leur efficacité relative.

La théorie HOS suppose un état statique de la dotation des facteurs naturels, alors que dans la réalité la dotation de facteurs naturels n'est pas un phénomène permanent.

Une autre approche a été développée pour donner une réponse au paradoxe de Leontief. Il s'agit de l'approche néo-factorielle, celle-ci généralise le concept de

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

facteurs de production et dépasse le cadre étroit d'une fonction de production à deux facteurs de production (le travail, le capital).

Les théories traditionnelles ont permis à l'économie mondiale d'enlever les entraves et d'encourager les nations à s'échanger, ce qui a fait l'évolution des échanges extérieurs. Toutefois, l'évolution de l'environnement international pose un problème d'adéquation des théories à la réalité. Une théorie née en début du XIX^{ème} siècle peut-elle être convenable d'expliquer le commerce international de XXI^{ème} siècle?

En effet, trois arguments expliquent les insuffisances des théories traditionnelles²²:

- Le premier argument est lié à la nature des flux commerciaux entre les pays, les théories traditionnelles sont centrées sur l'idée de la spécialisation, c'est-à-dire le commerce interbranche, or que le commerce international d'aujourd'hui est caractérisé d'un fort courant du commerce intra-branch;
- Le second argument est relatif au fait que le rôle de l'innovation technologique est exclu dans les théories traditionnelles, alors que l'innovation crée des avantages particuliers pour les nations qui vont renforcer la compétitivité des firmes, voir même des situations du monopole, ce qui a remis en cause la concurrence pure et parfaite
- Le dernier argument tiens au fait que les théories traditionnelles faisaient de la nation le principal acteur du commerce international, elles ignorent le rôle des firmes alors que le commerce international d'aujourd'hui est dominé par les firmes multinationales.

En définitive, ces arguments constituent des justifications importantes pour l'avènement des nouvelles théories du commerce international. Celles-ci viennent pour expliquer les nouvelles réalités des échanges extérieurs entre les différentes économies.

2.1.1.3. Les nouvelles théories du commerce international :

Comme signalé précédemment, les théories traditionnelles se basent sur les avantages comparatifs et les dotations factorielles des pays comme déterminants des spécialisations internationales.

²² JEAN-YVES .C et OLIVER.C, « dictionnaire d'économie et de sciences sociales», Edition Hatier, 2002, P21.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Néanmoins, de nombreuses études et vérifications empiriques ont montré les limites du pouvoir explicatif des théories traditionnelles pour une partie non négligeable, voire la partie la plus importante du commerce international. Cela a rendu nécessaire l'apparition de nouvelles théories.

Ainsi, les nouvelles théories du commerce international, appelées parfois les théories contemporaines ou encore les théories modernes, justifiant elles aussi le gain à l'ouverture, montrent que les spécialisations internationales dépendent dans une large mesure de la technologie, des rendements d'échelle croissants et de la différenciation des produits.

1. Le rôle technologique

Il y a lieu de signaler que la notion de technologie est un concept plus large que celui de la technique. Selon Edwin Mansfield (1968), la technique est une méthode utilisée dans le processus de production, alors que la technologie est la façon dont la société gère la connaissance en relation avec l'art industriel.

L'Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel (ONUDI), définit la technologie comme «un système de connaissance, de techniques, de compétences, d'expertise et d'organisation, utilisé pour produire, commercialiser et utiliser les biens et les services afin de satisfaire les demandes sociales et économiques²³».

L'intégration de la technologie dans le commerce international se fait par le progrès technique et l'innovation. Ceux-ci, constituent le moteur de l'évolution du commerce international.

1.1. Le progrès technique :

Depuis les années 1960, le progrès technique est devenu un thème de recherche important pour l'étude du commerce international. Le progrès technique est l'un des principaux facteurs d'amélioration de la production, de la productivité et de la

²³ Rapport annuel de l'ONUDI, Autriche, 1996, P21.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

compétitivité. Il désigne le développement et le perfectionnement des moyens de production (les équipements et machines deviennent de plus en plus performants).

Le progrès technique a été le moteur des transformations et d'amélioration des moyens de transport et des communications depuis le XIXème siècle. L'économiste autrichien Joseph Schumpeter a montré que l'innovation peut prendre plusieurs formes comme le progrès technique, l'ouverture d'un nouveau débouché, la fabrication d'un nouveau produit, l'introduction d'une nouvelle méthode de production²⁴. Ce progrès technique, à l'origine de l'avantage comparatif, se présente généralement sous deux formes:

- **L'innovation de produits:** il s'agit de l'invention de nouveaux produits ou du perfectionnement de produits existants;
- **L'innovation de procédé:** il s'agit, par exemple, de l'automatisation des lignes de productivités.

Néanmoins, l'innovation doit être accompagnée par l'effort en recherche et développement, qui permet de la maintenir.

1.2. Les analyses de POSNER et VERNON: l'approche néo-technologie

Cette approche consiste à introduire dans l'analyse du commerce international le rôle du progrès technique et de l'innovation. Il s'agit de dynamiser le modèle Ricardien et celui de HOS qui considèrent que la technologie est une donnée constante, d'où la conception de l'approche néo-technologique.

L'écart technologique, entre les pays, explique essentiellement les flux du commerce international. Les pays, qui ont une avancée en matière de technologie, disposent d'un avantage comparatif qui est caractérisé par la spécialisation dans les produits résultant de l'innovation et de la recherche et développement.

L'approche de M POSNERA

²⁴ Innover est le fait de combiner autrement ces forces et ces choses. Joseph Schumpeter, théorie de l'évolution économique, Dalloz, Paris, 1999. P.94-95.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Michael POSNER a expliqué, dans son ouvrage «*International Trade and Technical Change, 1961*»²⁵, les firmes des différents pays sont engagées dans un processus d'innovation permanent et celles qui réalisent des avancées en matière de recherche-développement disposent d'un avantage sur les autres. La mise en œuvre, de ces innovations, aboutit à une situation de concurrence monopolistique, qui explique l'existence d'un commerce intra-branche entre les pays à dotation factorielle similaire.

Le pays innovateur doit conserver son avancée technologique, mais avec une stratégie de temps qui dépend de deux éléments: le temps nécessaire à la diffusion du produit vers les autres pays «demandlag», et le délai correspond à la mise en place de produits concurrents issus de l'imitation du bien par des produits étrangers «imitation lag»²⁶.

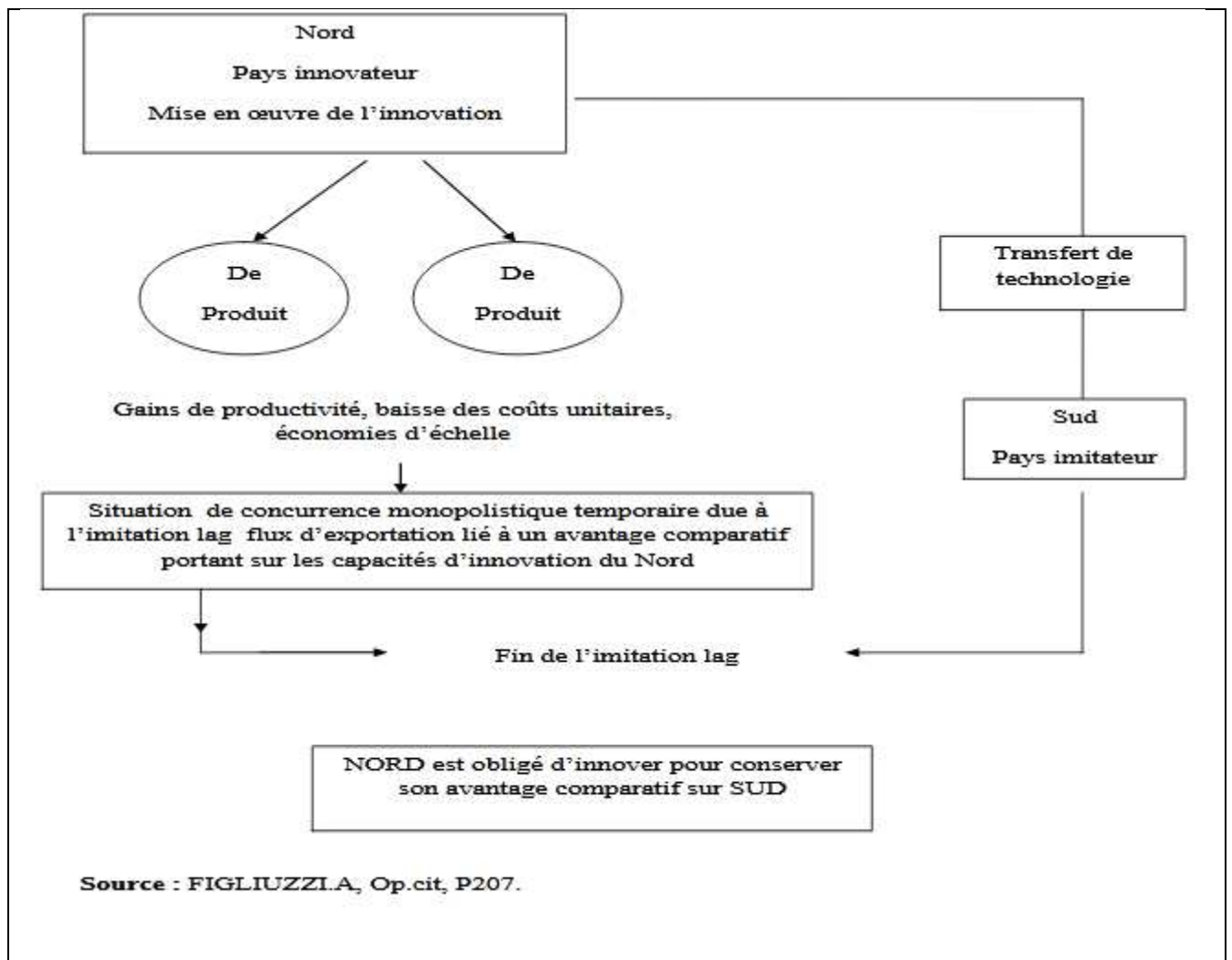
Paul KRUGMAN a formalisé en 1979 cette approche du commerce international. Son modèle est basé sur l'analyse de deux pays, l'un du nord qui est l'innovateur, l'autre du sud qui est le suiveur et qui tend à imiter. Il s'agit d'un transfert technologique entre le nord et le sud, mais avec un décalage temporel, qui permet au pays du nord de garder un monopole temporaire tout en investissant le temps pour innover un nouveau produit. La figure suivante illustre le processus d'innovation.

²⁵Figliuzzi. A, le même ouvrage, P206.

²⁶Guillochons. B, Kaweck. Annie, « Economie internationale : commerce et macroéconomie », Editions Dunod, Paris, 2003 ,62.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Figure 1: le processus d'innovation entre un pays du nord et un pays du sud.



Source :FIGLIUZZI. A,Economie internationale : fait-théorie-débats contemporains, Ed Ellipses, Paris, 2006,207.

1.2.2. L'approche de R .VERNON :

Les travaux de Raymond Vernon, dans son ouvrage «international investment and international Trade in Product Cycle (1966)», se rattachent à l'approche néo-technologique. Cet auteur s'intéresse aux problèmes du cycle de vie du produit au niveau de l'entreprise et il a ensuite étendu son analyse au commerce international.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

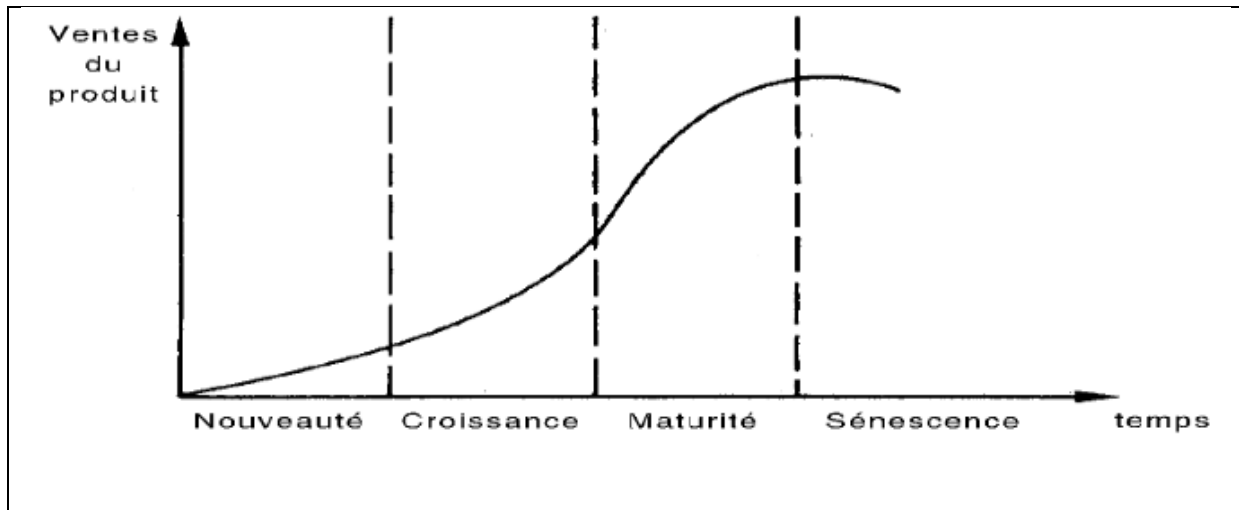
La notion du cycle de vie est une notion ancienne. Elle permet de rationaliser la vie économique d'un produit, c'est-à-dire la période qui sépare son lancement de son abandon²⁷.

Tout produit innovant connaît un cycle de vie, qui passe en quatre phases: introduction du produit, croissance (ou diffusion), maturation et déclin (voir la figure n°02). Les étapes sont liées à l'attitude des consommateurs face au produit, mais aussi aux conditions de production.

- **La 1^{ère} étape** : il s'agit de la phase de lancement, le produit est nouveau et apparaît comme un produit de luxe. La demande est peu sensible au niveau du prix. La production s'effectue en courtes séries avec un travail qualifié. La firme à l'origine du nouveau produit dispose d'un monopole temporaire.
- **La 2^{ème} étape**: elle fait référence à la phase de croissance. Dans cette étape, le produit est généralisé sur le marché d'origine, ce qui pousse la firme innovante à exporter le produit sur les marchés semblables.
- **La 3^{ème} étape**: elle est la phase de maturité. Au cours de cette étape, le produit ne progresse plus sur le marché intérieur. C'est le moment où le produit est imité par d'autres concurrents. Les firmes font le transfert technologique, afin de vendre leur produit dans des pays aux caractéristiques différentes.
- **La 4^{ème} étape**: elle consiste dans la phase de déclin. La production est progressivement abandonnée par toutes les firmes. Sa consommation baisse et la production du bien est entièrement délocalisée pour pouvoir bénéficier de coûts de production plus faibles. La concurrence est, désormais, sur le prix et n'en pas sur le caractère innovant. D'où, les firmes cherchent à remplacer le produit par un nouveau produit.

²⁷M. RAINELLI, «Commerce international», Edition La découverte, Paris, 2003, P51.

Figure 2: le cycle de vie d'un produit.



Source : Rainelli, « Commerce international », Edition la découverte, Paris, 2003, p.52.

Nous constatons, à travers les étapes du cycle de vie du produit, que les produits issus de l'innovation et au début de cycle sont exportés vers les pays technologiquement avancés où il existe la même demande pour ce type de biens, puis enfin de cycle, les exportations se font vers les pays les moins avancés.

Cette théorie a vraiment servi aux firmes, aux pays innovateurs et même aux pays suiveurs pendant plusieurs années. Mais, aujourd'hui ce modèle a perdu sa pertinence, car les stratégies des firmes multinationales ont évolué. De plus, le phénomène de la délocalisation de la production et la division internationale du processus productif²⁸ renforcent le caractère mondialisé de la production et de la diffusion des biens.

2. Le rôle de la demande

Les théories traditionnelles reposent sur l'hypothèse d'homogénéité des biens, ce qui ne favorise pas l'échange entre les pays. Or que la similitude des situations nationales n'est pas un obstacle aux échanges. La raison que les flux commerciaux des biens semblables, notamment le commerce intra-branche, sont importants ces dernières années entre les pays développés.

²⁸Figliuzzi. A, le même ouvrage, P.210.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Comme l'explique B. Lassuderie-Duchéne «là où tout est semblable, il est inutile de rien échanger, l'échange ne peut s'expliquer que par une différence quelconque»²⁹. Il existe deux types de différenciation. La différenciation verticale (dans cette situation, nous sommes en présence de produits similaires ayant une qualité identique) et la différenciation horizontale (dans ce cas, nous avons des produits similaires ayant une qualité différente).

Deux biens sont dits horizontalement différenciés si, tout en restant identiques du point de vue de la qualité, ils présentent un contenu en caractéristiques différents. La différenciation verticale consiste pour une entreprise à particulariser par sa qualité le produit qu'elle fabrique en regard de ceux de ses concurrents.

2.1. Le commerce intra-branche :

Le commerce intra-branche désigne la partie du commerce international portant sur des échanges de produits appartenant à la même branche, au sens de la comptabilité nationale, c'est-à-dire la même subdivision productive (ensemble des entreprises fabricant le même produit)³⁰.

L'indice de Grubel et Lloyd (GL), est l'indicateur le plus utilisé pour mesurer l'importance du commerce intra-branche dans le commerce total d'un pays.

$$GL = 1 - \frac{\text{sommes des valeurs absolues des soldes par branche}}{\text{exportation totales} + \text{importation totales}}$$

Lorsque la valeur des exportations est proche de celle des importations, le solde tend vers zéro. Dans le cas où l'indicateur GL est proche de 1, cela signifie que le commerce intra-branche est intense dans une branche et vice versa. De nombreuses études montrent la forte progression du commerce intra-branche entre les pays

²⁹ B. Lassuderie-Duchéne, cité par Jean-Claude Berthélemy, Ed Dalloz, Revue d'économie politique, 2005/5 - Vol. 115, PP 525 à 530, www.cairn.info/, Le 14/07/2013.

³⁰ Lahsen Abdelmalki et Jérôme Trotignon, Echanges commerciaux nord-sud et croissance économique, revue région et développement, n°14-2001, P.41.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

développés, tels que les travaux menés par Fontagné et Freudenberg (1998). Ces derniers montrent que les échanges de l'Union Européenne sont essentiellement des échanges intra-branches de différenciation verticale.

2.2. La théorie de la demande représentative :

La théorie de la demande représentative de Linder (1961) est venue pour critiquer le modèle HOS par le fait qu'il n'explique qu'une faible part du commerce international, celui des produits primaires contre les produits manufacturés. De plus, la tendance à l'égalisation des revenus des facteurs expliquée par le théorème de Stolper-Samuelson ne se vérifie pas.

A partir de cette critique, Linder instaure l'analyse des flux commerciaux sur l'idée de ressemblance des conditions. Il montre que les différences de ressources productives n'est pas à l'origine des échanges intra-branche. Par contre, ce sont les conditions relatives à la demande qui ont un rôle important et qu'on peut structurer à travers trois propositions importantes:

- Le pays où il y a l'avantage comparatif utilisé pour la production d'un bien déterminé. Cet avantage comparatif est à l'origine de l'existence d'un marché intérieur. Pour Linder «le marché extérieur (international) n'est rien d'autre que l'extension, au-delà, des frontières nationales, de la propre activité du pays»;
- Les pays ayant le même niveau de revenu par tête d'habitant auront tendance à présenter des conditions de demande semblables;
- La priorité des exportations est vers les marchés présentant les mêmes caractéristiques de demande.

On peut déduire que les pays ayant des niveaux de revenu et de développement relativement proches ont plus de vocation à s'échanger que les pays de niveaux très différents. Dès lors, les pays industrialisés ayant des demandes diversifiées mais comparables, des demandes assez semblables pour des catégories diversifiées de produits, sont à l'origine de la demande domestique représentative des pays ayant des échanges internationaux entre eux.

L'analyse de Linder a servi de cadre de référence pour les approches du commerce international en termes de la demande, particulièrement la demande de variété.

2.3. La théorie de la demande de variété :

A partir de la base théorique de Linder, plusieurs auteurs ont développé l'idée que la demande joue un rôle prépondérant dans le commerce international, notamment K. LANCASTER (1966) et P.KRUGMAN (1979) dans la théorie de la demande de variété des consommateurs.

Lancaster a développé la notion de la demande de variété en 1966. Chaque produit est défini par un ensemble de caractéristiques demandées par le consommateur (par exemple, pour une voiture: vitesse, sécurité, confort et consommation de carburant, etc.) et chaque consommateur a un produit idéal. Comme le consommateur dans sa nature à diverses attentes, l'ouverture au commerce international permet de diversifier ses préférences.

Le commerce international est justifié ainsi par la préférence pour la variété exprimée par les consommateurs, ce qui explique l'importance du commerce différencié verticalement.

Le modèle de KRUGMAN(1979) développe l'approche d'Edward CHAMBERLIN, qui a été à l'origine d'une révolution en 1933, lorsqu'il introduit la différenciation des produits dans son ouvrage «Théorie de la concurrence monopolistique» où les consommateurs ont un goût pour la variété. En effet, à court terme, les firmes sont supposées toutes en situation de monopole sur la variété des produits qu'elles fabriquent, sachant que tous les produits sont différenciés, la demande des consommateurs pour un bien particulier dépend du nombre des produits similaires disponibles sur le marché et des prix appliqués par les autres firmes.

En appliquant ce résultat au commerce international, on va avoir un marché mondial plus vaste que chacun des marchés nationaux qui le constituent, ce qui implique qu'intégrer un marché par le commerce international à les mêmes effets que la croissance d'un marché à l'intérieur d'un même pays³¹.

Ainsi, deux pays ayant les mêmes dotations factorielles, utilisant les mêmes technologies à économies d'échelle internes pour produire des biens différenciés, seront conduits à échanger, en dépit de leur parfaite similitude en matière des

³¹P.Krugman et M. Obstfeld, Economie internationale, Ed De Boeck, 4ème édition, Paris, 1995, P.147.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

conditions d'offre. Cet échange de différenciation résulte de la préférence des consommateurs des deux pays pour la variété. L'ouverture des économies engendre les effets suivants³².

- Le nombre de variétés disponibles augmente;
- Les économies d'échelles sont mieux exploitées, les firmes produisent des biens à moindre coût de production, ce qui engendre une diminution des prix;
- L'utilité des consommateurs augmente, suite à l'augmentation de variétés par l'échange avec l'étranger.

2. Le rendement d'échelle croissant :

Le rendement d'échelle est le lien existant entre les quantités produites et le coût de production. Deux types de rendements d'échelle, à savoir le rendement d'échelle constant qui est défini par la théorie traditionnelle et le rendement d'échelle croissant où les coûts de production diminuent avec les quantités produites, on parle alors d'économies d'échelles.

L'économie d'échelle est le fait d'avoir plus de quantités produites avec des coûts unitaires moindres. Ce concept économique est introduit par l'économiste Alfred Marshall (1879). Mais la notion d'économie d'échelle remonte à Adam Smith dans la mesure où la division de travail est une source importante d'économie d'échelle. Elle a été approfondie par Alfred Marshall qui distingue les économies d'échelles internes et externes³³.

Les économies d'échelles internes, sont internes par rapport aux efforts consentis par les entreprises pour améliorer leurs techniques productives, des coûts unitaires moindres. Dès lors, on aura une augmentation de la taille de la firme.

En effet, les économies d'échelles internes sont incompatibles avec la concurrence pure et parfaite, puisque dans cette situation les entreprises ne sont pas dans la mesure d'agir sur les prix qui sont indépendants des quantités produites.

Ce qui rend possible d'autres formes de structure de marché: l'oligopole, la concurrence monopolistique. Les conséquences de ces économies d'échelle sur les

³²Guillochon. B et Kaweck. A, op.cit, P.86.

³³Rainelli. M, op.cit, P 62.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

échanges internationaux peuvent être exposées dans le contexte du monopole contestable.

Ce dernier est défini comme «un marché où la firme installée peut voir sa position contestée par un entrant potentiel, par conséquent, la firme installée fixe le prix à un niveau égal au coût moyen»³⁴. Mais dans cette situation, la spécialisation internationale est totale, c'est-à-dire chaque bien n'est produit que par une seule firme et donc dans un seul marché.

Les économies d'échelles externes à la firme, mais internes au secteur sont compatibles avec la persistance de la concurrence. Ils dépendent de l'environnement global de la firme. Un exemple d'économies d'échelles externes est celui de Silicon Valley (il a été étudié par P. Krugman). Dans cet exemple, l'auteur explique que la proximité géographique des firmes conduit à la diffusion d'information entre les firmes. Ainsi, les Etats Unis sont présentées comme un véritable modèle d'économies d'échelles externes, suite au phénomène d'agglomération des activités industrielles et aussi de la recherche-développement.

2.1.2. Les politiques commerciales internationales :

Depuis Ricardo, un certain nombre d'auteurs ont fait observer que la loi de spécialisation internationale soit fondée sur les avantages comparatifs à la Ricardo, ou sur les dotations factorielles à la Heckscher-Ohlin, ou encore sur les économies d'échelle, n'étaient rigoureusement démontrées que dans un cadre statique. Certains de ces auteurs ont estimé alors que les bienfaits de la spécialisation internationale pouvaient n'être pas vérifiés dans un environnement dynamique, sans être fausse la loi de spécialisation serait contingente.

De cet argument découle une conséquence importante: la politique commerciale d'un état ne devrait pas toujours être orientée vers la libéralisation des échanges; à certaines périodes, elle devrait savoir imposer des mesures restrictives.

Il revient à Bairoch (1978) d'avoir énoncé ce point avec clarté et d'avoir tenté d'en apporter une preuve empirique, notamment en considérant l'histoire économique de

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

la France, au cours du XIXe siècle, il observa que le taux de croissance français après le traité de 1860 était plus faible que celui enregistré à la fin du XIXe siècle, période caractérisée selon lui par un renouveau du protectionnisme.

La politique commerciale occupe aujourd'hui une place éminente en matière de développement, elle oscille entre libéralisation des échanges et protection de l'économie.

1.2.2.1. Analyse théorique du protectionnisme :

La domination intellectuelle des théories du libre-échange n'a guère empêché le recours régulier aux méthodes et aux pratiques protectionnistes, qui ont été, à certains moments de l'histoire.

Le protectionnisme désigne les instruments utilisés par un état pour protéger les productions nationales de la concurrence étrangère: droits de douane, quotas d'importation, normes, autorisations administratives. D'un point de vue plus large le protectionnisme englobe toutes les dispositions ayant un impact sur le commerce extérieur d'un pays donné.

1. Les instruments du protectionnisme

On distingue trois grands types d'instruments : les barrières tarifaires, les barrières non tarifaires et le protectionnisme monétaire.

1.1. Les barrières tarifaires

Les droits de douane sont des taxes prélevées sur les marchandises lors de leurs passages aux frontières. Les douaniers surveillent les entrées sur le territoire national essentiellement pour cette raison. La taxe agit sur le prix du produit étranger vendu sur le marché intérieur. Les consommateurs nationaux sont dissuadés d'acheter ces produits étrangers jugés trop coûteux et préfèrent acheter la production locale.

1.2. Les barrières non tarifaires

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Elles regroupent un nombre important de mesures qui produisent des effets directs ou des effets indirects beaucoup plus insidieux sur le volume d'importations³⁵.

Les contingents (ou quotas d'importation) qui limite arbitrairement l'entrée des marchandises. L'autorisation d'importer n'est valable que pour un nombre réduit de produit.

Les barrières techniques sont mises en place par l'obligation de respecter certaines « normes » de qualité ou labels. Ces normes contraignent généralement les entreprises étrangères à fabriquer des séries plus courtes et donc plus coûteuses destinées aux exportations vers le pays qui dicte ces normes. Les délais d'homologation sont aussi très longs.

Les barrières administratives ont pour objet d'accroître le coût du produit ou de rallonger les délais d'entrées sur le territoire national par des formalités administratives lourdes et pénalisantes.

Les restrictions volontaires d'exportation sont des mesures par lesquelles les pouvoirs publics d'un pays importateur s'entendent avec ceux d'un pays exportateur en vue de restreindre le volume d'exportation de ce dernier. Elles résultent généralement de pressions du pays importateur, le terme « volontaire » signifiant simplement qu'il s'agit d'accords bilatéraux. Ces mesures se sont multipliées ces deux dernières décennies.

Les subventions à l'exportation, versées par l'Etat, permettent aux entreprises nationales qui en bénéficient de réduire artificiellement leurs coûts et d'abaisser leur prix de vente à l'étranger.

1.3. Le protectionnisme monétaire (ou dumping monétaire) :

Il s'agit d'utiliser la monnaie, c'est à dire en fait, directement ou indirectement (en manipulant les taux d'intérêt), le taux de change pour aider les entreprises nationales à exporter davantage. La Banque centrale peut par exemple faire baisser le taux de

³⁵ Alillou Farida et Allouti Rachida, « la politique commerciale de l'Algérie :cas du partenariat Algérie-UE »,pour l'obtention du diplôme du master en sciences commerciales, Université de Bejaia, promotion 2012-2013.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

change plus qu'il n'aurait baissé spontanément de manière à rendre les produits nationaux plus compétitifs sur les marchés étrangers.

2. Les effets du protectionnisme :

Pour les auteurs libéraux, les effets du protectionnisme sont néfastes globalement pour l'économie.

- Une perte de bien-être : les effets du protectionnisme sont favorables pour certains agents économiques mais défavorables pour d'autres. Cela peut avoir des effets positifs, comme il peut avoir des effets négatifs.

Les effets sont positifs pour les firmes nationales de la branche qui bénéficient des mesures protectionnistes. Selon leur situation, ces firmes peuvent soit majorer leurs marges, soit devenir compétitives par rapport aux firmes étrangères. Au total, le surplus du producteur s'accroît, et pour l'Etat qui perçoit les droits de douane.

Les effets sont négatifs pour tous les agents (consommateurs mais aussi entreprises) qui doivent payer un prix plus élevé pour obtenir le produit taxé et qui vont donc réduire leur consommation. De manière générale, la perte de bien-être subit par les consommateurs est supérieure aux gains dont bénéficient certaines entreprises et l'Etat.

- Un frein à la capacité d'adaptation des industries nationales : en étant protégées, les industries nationales ne sont pas incitées à innover pour réduire leurs coûts ou pour présenter de nouveaux produits. Des entreprises nationales subsistent artificiellement alors qu'il serait plus profitable que les fonds investis s'orientent vers de nouveaux secteurs. Finalement, le protectionnisme retarde les mutations et les reconversions industrielles au prix d'un coût très élevé.
- Le protectionnisme engendre le protectionnisme : lorsqu'un pays décide d'augmenter ses droits de douane, ses partenaires prennent souvent des mesures de représailles en augmentant les leurs.
- Le protectionnisme est souvent une arme pour le nationalisme : les régimes autoritaires (nazisme, fascisme, communisme) sont toujours idéologiquement favorables au protectionnisme et vise l'autarcie pour ne plus dépendre des autres pays. Ces pays développent des produits de remplacement

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

(ex : le caoutchouc synthétique en Allemagne nazie). Le protectionnisme est donc défavorable à la paix, car les pays qui commercent entre eux sont obligés de coopérer.

- Pour les libéraux, des mesures protectionnistes ont des répercussions négatives sur la croissance économique.

2.1.2.2. La politique commerciale stratégique:

La théorie de la politique commerciale stratégique est apparue dans les années 1980. Elle démontre que, sous certaines hypothèses, des actions bien ciblées de politique commerciale peuvent accroître le bien être du pays dans lequel elles ont été prises. Nous allons voir le modèle de références de Brander et Spencer³⁶.

1. Le modèle de Brander et Spencer:

Brander et Spencer en 1985, envisagent le cas d'un duopole. Deux firmes 1 et 2, qui sont dans deux pays distincts (1 et 2), fabriquent le même produit et exportent la totalité de leur production sur le marché d'un autre pays, appelé pays tiers. Chaque firme est caractérisée par des rendements croissants internes, son coût moyen est une fonction continuellement décroissante de sa production. La stratégie adoptée par chaque firme est de type Cournot: chaque membre du duopole maximise son profit en considérant que la quantité produite par l'autre est donnée. La réaction de chacune des firmes caractérise l'équilibre de ce duopole de Cournot, en termes de quantités et prix. Les auteurs comparent deux situations, le libre échange (sans intervention) et celle dans laquelle un des deux pays s'engage dans une politique commerciale.

2.2. Le cadre institutionnel du commerce international :

Mise en place principalement au sortir de la seconde guerre mondiale dans le cadre de l'ONU, les organisations internationales ont créé un climat favorable au développement des échanges internationaux. Des accords internationaux furent adoptés afin de régler des questions intéressantes pour plusieurs pays concernant notamment les marques, la propriété littéraire et artistique, le transport par chemin de

³⁶. Bernard Guillochon & Annie Kawecky, «Economie internationale: commerce et macroéconomie». Edition Dunod, Paris, 2003, P118.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

fer en Europe. Ces conventions sont devenues de plus en plus nombreuses à partir de la première moitié du XXème siècle.

2.2.1. Organisation générale du système des Nations-Unies(ONU):

« Les Nations Unies ont été créées par la ratification de la charte le 24 octobre 1945 précédé par sa signature le 26 juin 1945 par 51 pays à la conférence des Nations Unies à San Francisco, aux Etats-Unis »³⁷. L'organisation des Nations Unies s'est fixée pour objectif de maintenir la paix et la sécurité internationale, cultiver l'amitié entre les nations, encourager le progrès social, favoriser l'élévation du niveau de vie et les droits de l'homme. L'ONU proprement dit, qui compte six organes principaux : l'assemblée générale, le conseil de sécurité, le conseil économique et social, le conseil de tutelle, la cour internationale de justice et le secrétariat. Ils sont tous au siège de l'organisation des Nations Unies à New York, à l'exception de la cour, qui est à La Haye (Pays-Bas).

2.2.1.1. Le Conseil économique et social :

Agissant sous l'autorité de l'Assemblée générale, le conseil économique et social coordonne les activités économiques et sociales du système des Nations Unies. Instance suprême pour l'examen des questions économiques et sociales et la formation de grandes orientations, il joue un rôle central en encourageant la coopération internationale pour le développement.

Le Conseil économique et social est, aux termes de la charte des Nations Unies, l'organe principal de coordination des activités économiques, sociales et apparentées des 14 institutions spécialisées de l'ONU, des commissions techniques et des cinq commissions régionales qui sont :

- commission économique pour l'Afrique(CEA),
- commission économique et sociale pour l'Asie et le Pacifique (CESAP),
- commission économique pour l'Europe(SEE),
- commission économique pour l'Amérique latine et les Caraïbes(CEPALC),
- commission économique et sociale pour l'Asie occidentale(CEPALC).

³⁷ Hans-Albrecht SCHRAEPLER, « Organisations internationales et européennes », Édition ECONOMICA, 1995, p3.

2.2.1.1. Le système des Nations-Unies :

Le fond monétaire international, la Banque mondiale et 13 autres organisations indépendantes, appelées « institutions spécialisées » ; sont reliés à l'ONU dans le cadre d'accords de coopération. Ces institutions, au nombre desquelles figurent l'organisation mondiale de la santé et l'organisation de l'aviation civile internationale, sont dotées d'un large éventail de compétences internationales en matière économique, sociale et culturelle, ainsi que dans les domaines de l'éducation, de la santé et des questions apparentées. Certaines d'entre elles, comme l'organisation internationale du travail et l'Union postale Universelle, sont antérieures à l'ONU elle-même.

En outre, plusieurs bureaux, programmes et fonds des Nations-Unies – hauts commissariats des Nations-Unies pour les réfugiés (HCR), programme des Nations-Unies pour le développement (PNUD) et le fonds des Nations-Unies pour l'enfance (UNICEF) œuvrent à l'amélioration de la situation économique et sociale des peuples du monde. Ils relèvent de l'Assemblée générale ou du Conseil économique et social.

Toutes ces organisations ont leurs propres organes directeurs, budget et secrétaire. Elles constituent avec l'ONU ce que l'on appelle le système des Nations – Unies. Ensemble, elles fournissent une assistance technique et d'autre forme d'aide concrète dans, pratiquement, tous les domaines.

2.2.2 Les organisations à vocation financière :

2.2.2.1 La banque Mondiale :

« La banque internationale pour la reconstruction et le développement a été créée en 1944 après la signature des statuts élaborés par conférence monétaire et financière des Nations Unies à Bretton Woods (New Hampshire, USA) en 1944 »³⁸. La mission du groupe de la banque mondiale est de combattre la pauvreté et d'améliorer le niveau de vie des gens dans les pays en développement. C'est une banque de développement aux services multiformes : prêts, conseils de stratégie, assistance technique, et partage des connaissances.

³⁸ Hans-Albrecht SCHRAEPLER, op.cit, pp. 13.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Ses services aident les pays à faibles et moyens revenus à réduire la pauvreté de leur population. La banque encourage la croissance économique pour créer des emplois et amener les plus démunis à tirer parti au maximum de ces opportunités.

La Banque elle-même est plus importante, couvre de plus nombreux domaines et est bien plus complexe qu'auparavant. Elle est en fait à présent un groupe, composé de cinq institutions de développement étroitement affiliées :

- La banque internationale pour la Reconstruction et le Développement (BIRD),
- L'Association Internationale de Développement (IDA),
- la Société Financière Internationale (SFI),
- l'Agence Multilatérale de Garantie des Investissements (MIGA),
- Centre Multilatérale de Règlement des Investissements (CIRDI).

Le terme « Banque Mondiale » est à présent utilisé pour désigner la Banque Internationale pour la Reconstruction et le Développement (BIRD) et l'Association Internationale de Développement (IDA). Ces organisations accordent aux pays en développement des prêts assortis de faibles taux d'intérêts, des crédits ne portant pas intérêt et des dons.

2.2.2.2 Le fond Monétaire Internationale (FMI) :

Le fonds Monétaire International est une organisation regroupant 187 pays. Il a pour mission de promouvoir la coopération monétaire internationale, de garantir la stabilité financière, de faciliter les échanges internationaux, de contribuer à un niveau élevé d'emploi et la stabilité économique et de faire reculer la pauvreté. « Le FMI a été créé pour favoriser la promotion d'un environnement financier stable pour le business international³⁹ ».

Le FMI a vu le jour en juillet 1994, à une conférence des Nations Unies qui se sont tenue à Bretton Woods (New Hampshire, Etats-Unis). Les 45 gouvernements alors présentés voulaient établir un cadre de coopération économique conçu pour prévenir le retour aux politiques économiques désastreuses qui avaient contribué à la grande dépression des années trente.

³⁹ A. HARRISSON et Alij, «Business international et mondialisation», Édition De Boeck, 2004, pp. 186.

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

Le FMI est chargé d'assurer la stabilité du système monétaire et financier international, le système monétaire et financier international de paiements et de taux change des monnaies nationales qui rendent possible le commerce entre pays.

Le FMI s'attache à promouvoir la croissance et la stabilité économique et la stabilité économique à l'échelle mondiale, et partante à prévenir les crises économiques, en encourageant les pays à adopter des politiques économiques saines.

Le FMI suit l'évolution de l'économie mondiale et examine les événements susceptibles d'avoir un effet sur la santé du système monétaire et financier international. Indicateur de vulnérabilité, dans le contexte général des travaux qu'il consacre à la prévention des crises, le FMI améliore son aptitude à déterminer le degré vulnérabilité de ses pays membres face aux crises le FMI et le groupe de la Banque Mondiale dont font aussi partie la Société Financière Internationale (SFI) et IDA exercent des fonctions complémentaires.

2.2.3. Les organisations à vocation commerciale :

2.2.3.1. L'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) :

La création de l'Organisation Mondiale du Commerce c'est fait en substitution au GATT à partir du 1^{er} janvier 1995. L'Organisation Mondiale du Commerce est la seule organisation internationale qui s'occupe des règles régissant le commerce entre les pays. Sa principale fonction est de favoriser autant que possible la bonne marche, la prévisibilité et la liberté des échanges. OMC comptait 153 Etats membres au 23 juillet 2008.

Parmi les principes de l'OMC on trouve :

- **Exempt de discrimination** : les pays ne peuvent pas établir de discrimination entre leurs partenaires commerciaux, par exemple si vous accordez une faveur spéciale à quelqu'un, vous devez le faire pour tous les autres membres de l'OMC, cela reviens aux politiques et les accords de l'OMC.
- **Plus libre** : les obstacles sont supprimés par voie de négociation;
- **Prévisible** : les sociétés, investisseurs et gouvernements étrangers devraient avoir l'assurance que les obstacles au commerce (y compris les droits de douane et les obstacles non tarifaires) ne seraient pas appliquer de façon arbitraire. Les taux de

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international

droits et les engagements en matière d'ouverture des marchés sont consolidés à l'OMC;

- **Plus concurrentiel** : il s'agit de décourager des pratiques déloyales comme l'octroi de subventions à l'exportation et la vente de produits à des prix de dumping, c'est-à-dire inférieurs aux coûts, en vue d'obtenir des parts de marché;

Plus favorables aux pays les moins avancés : ces pays bénéficient d'un délai d'adaptation plus long, d'une plus grande flexibilité, et de privilèges particuliers.

2.2.3.2. La CNUCER :

A travers les programmes sur l'investissement, la technologie et le développement des entreprises, la CNUCER (Conférence des Nations-Unies sur le Commerce et Développement) étudie les tendances mondiales de l'investissement direct étranger (IDE) et leurs incidences sur le développement; aide les pays en développement à attirer des capitaux et à mieux comprendre les enjeux des accords internationaux en matière d'investissement; élabore des stratégies pour favoriser le développement des petites et moyennes entreprises; examine les options dans le domaine des nouvelles technologies et exécute des programmes de renforcement des capacités pour en promouvoir l'utilisation.

2.2.3.3. Le CCI :

Le Centre Commercial International (CCI) est l'agence conjointe de l'Organisation Mondiale du Commerce et des Nations-Unies. Le CCI contribue au succès des exportations des petits et moyennes entreprises dans les pays en développement offrant, avec ses partenaires, des solutions durables et inclusives de développement du commerce pour le secteur privé, les institutions d'appui au commerce et les décideurs politiques. Le CCI aide aussi les pays à acquérir les marchandises destinées à satisfaire les besoins fondamentaux de la population et à améliorer l'efficacité des achats gouvernementaux. Il est l'agence de coopération technique de la Conférence des Nations-Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCER) et l'OMC pour ce qui touche aux aspects opérationnels du développement des échanges commerciaux. Le CCI traite des aspects stratégiques et opérationnels du développement du commerce, avec une attention particulière pour les exportations.

2.2.3.4. L'OCDE :

« L'Organisation de Coopération et de Développement Economique a été instituée par la convention relative à l'organisation de coopération et de développement économique signée en 1960 et entrée en vigueur en 1961 »⁴⁰, elle a succédé à l'Organisation Européenne de Coopération Economique(OECE), issue du plan Marshall et établie en 1947 avec l'appui des États-Unis et du Canada, pour contribuer à la reconstruction des économies européenne après la second guerre mondiale.

L'OCDE après avoir contribué après la seconde guerre mondiale à supprimer les barrières douanière, est désormais un centre d'études et de concertation entre pays développés. Elle analyse la conjoncture économique, formule des recommandations en termes de politique économique et d'aide au développement.

Conclusion :

Pour conclure ce chapitre, nous tenons à dire que le commerce international est un mouture de chaque économie, à travers l'échange des biens et des services et aussi les capitaux, pour aider quelque pays à satisfont leurs besoins illimités à la base du développement et de développer les autres pays. Les théories du commerce international classique et moderne montrent les conditions de l'apparition des avantages échangeables auxquelles certains pays et compagnies acquièrent des positions solides sur le marché international.

⁴⁰Hans-Albrecht SCHRAEPLER, op.cit, pp. 245.

Chapitre2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie.

Introduction :

Le commerce extérieur en Algérie se caractérise par une forte dépendance vis-à-vis des prix du pétrole. Dans le cadre du développement des exportations Algériennes notamment celles des produits hors hydrocarbures, les autorités Algériennes ont mené une série de mesures de soutiens d'accompagnement des entreprises exportatrices, notamment suit à la période de crise de 1986 et la crise financière de 2008, qui a touché le développement des entreprises Algériennes en particulier, et de l'économie Algériennes en général. A cet effet, un ensemble d'actions a été engagées par les autorités Algériennes, et ayant pour objectif principal de libéraliser le commerce extérieur. Dans ce chapitre, nous allons présenter l'historique sur les pratiques et les politiques commerciales en Algérie.

Section 1 : évolution du cadre juridique du commerce extérieur

Nous tenterons ici d'examiner la nature et le contenu du cadre juridique du commerce extérieur en Algérie. Pour les besoins de cette analyse, nous examinerons successivement : le cadre réglementaire de 1963 à 1988, les tentatives de libéralisation entre 1988 et 1994, et la libéralisation du commerce extérieur (après 1994).

1.1. La période 1963-1988 (Le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur)

Pendant la période de la planification, les importations et les exportations de l'Algérie sont passées sous le contrôle exclusif de l'Etat, et ce en vertu de la loi sur le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur promulguée en 11 février 1978. Cette loi stipule que toute opération d'achat ou de vente à l'étrangère effectuées par le monopole étatiques s'inscrivent dans un programme annuel d'importations et d'exportations.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

L'Algérie s'est engagée depuis la fin des années 1980, à garantir un cadre institutionnel adéquat aux exigences de l'économie du marché et le développement du secteur privé. De nombreuses lois ont été promulguées en guise d'encourager l'implantation des entreprises en leur facilitant les modalités de création, de procédures administratives⁴¹.

1.1.1. Le monopole de l'Etat sur les importations :

Le début de cette période était caractérisé par une brève liberté relative au commerce d'importation, puisque l'Etat se limitait à certaines procédures de contrôle à l'importation.

L'Etat Algérien exerce depuis 1963 un rigoureux contrôle des changes qui soumet obligatoirement à son autorisation toutes les transactions commerciales réalisées avec l'extérieur, ainsi que tous les transferts de fond. Quant au contingentement institué 1993, il consiste à n'autoriser à entrer sur le territoire national qu'un quota précis en un produit donné. Les produits touchés par le contingentement sont listés et concernent quasi-exclusivement des biens de consommation et certains biens intermédiaires. C'est le ministère du commerce qui délivre la liste et qui délivre les autorisations ou licence importation.

Pour suivi de cette politique, les pouvoirs publics ont mis en place deux organismes à savoir : les organismes publics et les groupements professionnels d'achat.

1.1.1.1. Les organismes publics :

En 1963, a été mis en place l'Office National de Commercialisation (ONACO) dont la fonction est d'approvisionner le marché en produits de grande consommation (café, sucre, thé,), pour lesquels, il dispose d'un monopole à l'importation et à l'exportation. Cet office a joué un rôle important dans la stabilisation des prix de ces produits de base, ses pertes éventuelles sur certain bien sont compensées par des bénéfices élevés sur d'autres biens ou par des subventions du trésor. Ce premier office, typiquement national, sert d'abord

⁴¹Himene Zina, « Contributions des PME Algériennes aux commerce extérieurs (2010 -2016) », Mémoire pour l'obtention du Diplôme de Master en science Commerciale, option Commerce et finance Internationale ,Université De Tizi-Ouzou, année 2017.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

d'expérience, ensuite de modèle dans le domaine de la nationalisation du commerce d'importation⁴².

1.1.1.2. Les groupements professionnels d'achat :

En 1964, les pouvoirs publics ont créé des groupements professionnels d'achat qui réunissaient à la fois l'Etat et des importateurs privés, constituant des sociétés à capital en majorité public, jouissant d'un monopole d'importation pour les produits branches (le bois et dérivés, les textiles artificiels et le coton, le lait et dérivés, les cuirs et les peaux).

Leurs fonctions étaient d'élaborer des programmes d'importation et de répartir les importations entre leurs membres. Dans le cadre des programmes de développement en 1966, de multiples entreprises publiques ont été créées, auxquelles a été conféré le monopole à l'importation pour les produits de leurs branches. Seul cinq Groupement Professionnels d'achat (GPA) étaient effectivement créés;

- BOIMEX pour le bois et dérivés;
- Le CITEXAL pour les autres textiles;
- Le CAIRLAC pour le lait et dérivés;
- Le GICP pour les cuirs et peaux.

Dès 1972, le monopole a connu un nouveau fonctionnement par la distribution des licences d'importations en vue de favoriser la programmation des achats à l'étranger par les entreprises publiques détentrices d'un monopole.

1.1.1.3. Système des Autorisations Globales à l'importation (AGI)

A partir de 1974, et à travers l'ordonnance 74/12 du 30 janvier, relative aux conditions d'importation, les marchandises sont réalisées sous le couvert des Autorisations Globales d'importation (AGI) pour les opérations du secteur privé⁴³. Les AGI étaient alors délivrées par le ministère du commerce et les licences d'importations étaient octroyées par L'Office pour l'Orientation, et le Suivi et la Coordination de l'Investissement Privé (OSCIP)⁴⁴.

⁴²BENISSAD. H. (1991) « La réforme économique en Algérie ou l'indicible ajustement structurel », OPU. Alger

⁴³L'ordonnance 74-12 du 30 janvier 1974

⁴⁴ L'Office pour l'orientation, le Suivi et la Coordination de l'Investissement Privé (OSCIP) qui a été marquée par une volonté d'encadrer et d'orienter les PME, selon les objectifs fixés par le plan quinquennal de l'époque, conformément à ces dispositions durant la période entre 1982 et 1988.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

Le texte relatif au programme général d'importation prévoit trois régimes d'importation produits comme suit :

- Les quelques marchandises libres à l'importation;
- Les marchandises contingentées nécessitant une AGI du ministère du commerce;
- Les marchandises importées dans le cadre des AGI, sont délivrées annuellement aux entreprises publiques de production ou de services, et forment des licences de paiement. Ces autorisations sont attribuées aux organismes publics détenteurs de monopole à l'importation.

1.1.1.4. La nationalisation de commerce à l'importation

Le fonctionnement réel du monopole de l'Etat sur les importations, en 1978, renforcé par La loi N°78/02 du 11 février, bouleverse l'organisation du commerce extérieur, en nationalisant toutes les transactions sur achats et ventes. L'article premier de cette loi confère le caractère exclusif du monopole du commerce extérieur aux organismes étatiques seuls à pouvoir intervenir en matière d'échanges extérieurs. Cette loi met en avant trois principes fondamentaux⁴⁵ :

La confirmation formelle du principe de l'intervention étatique « exclusive » au niveau du commerce extérieur;

- L'interdiction de toute forme d'intervention au niveau du commerce extérieur des opérateurs privés exerçant une activité d'intermédiaire avec les sociétés étrangères ;
- Les AGI accordées aux entreprises publiques et des licences d'exportation délivrées aux entreprises privées;

Une instruction présidentielle 17 juin 1978 sur le monopole d'Etat du commerce extérieur décrète des principes devant guider les entreprises publiques dans leurs transactions commerciales avec l'étrangère, ce sont :

⁴⁵ www.commerce.gov.dz/question-frequentes/collection/commerce-exterieur consulte le 04/02/2020.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

- La prise en considération des capacités de production dans la satisfaction des besoins locaux avant tout recours à l'importation ;
- Les achats à l'étranger sont à en priorité auprès et à condition égales, auprès de pays liés à l'Algérie des accords commerciaux;
- L'opération d'importation de biens et services doit appeler une opération de crédit à des conditions avantageuses.

Plusieurs problèmes ont été soulevés par les entreprises à la pratique du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur; il s'agissait notamment, du caractère insuffisant des capacités matérielles disponibles, en particulier au niveau des infrastructures portuaires, des moyens de transport et de manutention, et la complexité des formalités administratives, recommandées dans le cadre de la réglementation du commerce extérieur et la défaillance des structures administratives qui participent à la réalisation des opérations de commerce extérieur (banques, douane, assurance...).

1.1.2. Monopole de l'Etat sur exportation :

Durant cette période, les exportations étaient gérées de la même façon que les importations, par des organismes publics dotés d'un monopole, tels que l'office national de commercialisation (**ONACO**). Le régime des exportations a évolué en deux périodes : La période « porte ouverte », la période « monopole de l'Etat ».

1.1.2.1. Phase de porte ouverte (période 1974-1978)

Cette période est caractérisée par la liberté du commerce à l'exportation, soutenue par l'ordonnance 74/11 du 30 janvier 1974, qui a suspendu l'exercice des monopoles à l'exportation par les entreprises publiques. Cette liberté intéresse les produits nationaux et réexportés après ouvrage. Par contre, la réexportation en l'état de produits importés, elle est soumise à l'autorisation du ministère du commerce.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

Cependant, cette liberté à l'exportation connaît quelques limitations concernant certains produits (comme les farines, les pâtes alimentaires...etc.) qui sont contingentés ou complètement interdit à l'exportation, et les produits libérés susceptibles d'être exportés sur autorisation du ministère du commerce.

1.1.2.2. Phase de monopole de l'Etat (période 1978-1986)

En février 1978, le ministère des finances et de l'économie a imposé la loi 78/02 relative au monopole d'Etat sur le commerce extérieur. D'après l'article « 1 » de cette loi « les exportations de biens, fournitures, services de toutes natures sont du ressort exclusif de l'Etat », ce qui, signifie que tout contrat avec une entreprise étrangère ne peut être conclu que par l'Etat.

Cette législation relative à la mise en œuvre du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, a été à l'origine de la formulation par le ministère du commerce, d'un programme général d'Exportation (PGE) et mise en place annuellement par le gouvernement.

Ce programme est géré soit des Autorisations Globales d'Exportation (AGE) qui Intéressent les entreprises publiques, soit des licences d'exportation, quand il s'agit des entreprises privées.

Le monopole sur le commerce extérieur, dans l'expérience Algérienne, se situe au carrefour de trois objectifs à atteindre. Il est comme instrument de planification, de contrôle des changes et un outil opérationnel. La crise du système productif Algérien n'a fait que révéler les lacunes de la stratégie adoptée par les pouvoirs publics Algériens.

En effet, les résultats ont été fort éloignés des espérances et l'économie Algérienne souffre d'énormes handicaps. Les relève de divers domaines, nous en citons les principales comme suit:

- Surcoût des investissements et faible utilisation des capacités de production

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

- Dépendance extérieure en termes de la maîtrise technologique;
- Faible contribution de l'agriculture au PIB et dépendance alimentaire;
- Fardeau de la dette et poids de la contrainte extérieure;
- La crise du rapport salarial due à l'absence de procédures de régulation du travail.

L'intervention des pouvoirs publics sur les opérations de commerce international font baisser les exportations hors hydrocarbures. En 1974, les exportations hors hydrocarbures enregistrent 319 millions d'USD⁴⁶ soit 7,49% du total des exportations, et l'exportation d'hydrocarbure atteint 92,51% du total des exportations. Et en 1980, les exportations hors hydrocarbures enregistrent 243 millions d'USD, soit 1,56% du total des exportations, soit une diminution de 5,9% par rapport à l'année 1974. Cette dégradation peut s'expliquer par la promulgation de la loi N° 78-02 qui donne le monopole à l'Etat sur le commerce extérieur.

1.2. Les tentatives de libéralisation du commerce extérieur (1988-1994).

A partir de 1988, l'Algérie a tenté de libéraliser son commerce extérieur, à travers de nombreuses réformes économiques ayant comme objectif l'assainissement de l'économie nationale. Le premier texte dans ce contexte était la loi 88-01, sur l'autonomie des entreprises publiques économique (EPE), qui a conduit à des changements significatifs, telle que la suppression des AGI et le plan général d'importation. Trois autres textes ont été mis en place :

- La loi 88/29 qui apporte les premiers changements au régime du commerce extérieur prévalent depuis 1978, conférant l'exercice du monopole de l'Etat à travers des concessions accordées à des entreprises publiques, organismes publics ou groupement d'intérêt commun.
- Au mois de septembre de la même année, le décret 88/167 affirme que le système des « budgets devises annuels » est un instrument privilégié de régulation des échanges extérieurs et remplace le système des AGI.

⁴⁶ Mehdi A, l'ouverture commerciale de l'Algérie, cahier de recherche N°13/2011.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

- La loi 89-12 qui a été introduit en juillet 1989, apporte une nouvelle politique commerciale appelée « la vérité des prix », qui ne fait plus de distinction entre l'importation et la production locale, entre grossistes et détaillants (privé, public), entre distributeur et vendeur.

En 1990, la loi sur la monnaie et le crédit et la loi de finance complémentaires ont autorisé l'établissement d'un réseau de concessionnaires et de grossistes nationaux et étrangers. Cette mesure a été élargie par la suite pour autoriser toute personne physique ou morale inscrite au registre de commerce Algérien à importer des bien pour les revendre à titre grossiste (décret exécutifs n° 91-37). Quelques restrictions ont subsisté, comme par exemple l'obligation faite aux importateurs d'effectuer leurs transactions par l'intermédiaire d'une banque, qui les aiderait à trouver des crédits des conditions favorables, et les restrictions au commerce de quelques produits (les produits de large consommation ont continué à faire l'objet de contrôles administratifs⁴⁷).

1.2.1. Les encouragements fiscaux :

En matière fiscale, deux exonérations ont été apportées parla loi de finance 1986 : la première concerne l'impôt sur les bénéfices industriels et commerciaux sur la partie du chiffre d'affaires réalisé à l'extérieur, tandis que la seconde, porte sur le versement forfaitaire assis sur la masse salariale (cette exemption couvre une période de 1 à 5ans).

1.2.2. Les encouragements en matière de prix :

Le décret 86-46 du 24 décembre 1986, relatif à « l'aide en matière de promotion des exportation (AMPEX) » institue une subvention aux prix.

⁴⁷Dahmani, A, (1999), « L'Algérie à l'épreuve : économie politique des réformes (1980-1997) ». Paris, L'Harmattan.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

Il s'agit de soutien apporté non à l'exportateur, mais aux produits exportés, modulés et différenciés, selon la nature du bien (selon le contenu en valeur ajoutée locale du bien et son taux d'intégration sur le marché extérieur).

1.2.3. Les encouragements en matière d'assurance :

La Compagnie Algérienne d'Assurance (CAA) a annoncé des garanties sur les exportations, couvrant (à l'exportation d'une franchise de 10 à 20% du coût de marchandises restant à la charge de l'entreprise) les risques commerciaux, les risques non commerciaux (confiscations, troubles publics) et les risques inhérents à des catastrophes naturelles. Par contre, sont exclus de l'assurance, les taux de change, les mesures de saisies judiciaires, les mesures conjoncturelles de politique économique du pays du client.

1.3. La libéralisation du commerce extérieur période après 1994 :

Les difficultés de l'économie Algérienne ont commencé à se faire sentir et s'aggraver pesant lourdement sur les échanges extérieurs du pays, poussant les pouvoirs publics à solliciter l'assistance des institutions financières internationales de Bretton-Woods, particulièrement, le fond monétaire international (F.M.I). Cette assistance était conditionnée par la mise en œuvre d'un programme d'ajustement structurel, dont l'une des conditionnalités était la libéralisation du commerce extérieur.

Ce programme qui s'étale de 1994 à 1998, vise à restaurer les équilibres macro et microéconomiques en apportant les corrections nécessaires aux différentes distorsions qui caractérisent l'économie algérienne. « Le Programme d'Ajustement Structurel (P.A.S) qui en a découlé imposait plusieurs objectifs, visant tous à assurer les grands équilibres macroéconomiques et à préparer les conditions d'une relance de la croissance économique⁴⁸».

⁴⁸Bouyakoob, A, (2006), »l'économie Algérienne et le programme d'ajustement structurel », p .78, www.revue-plurielles.org

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

Dans l'ensemble, le programme s'articule autour des mesures classiques de politiques budgétaire, monétaire et de change qui se résument en ce qui suit :

- La réduction du déficit budgétaire;
- L'amélioration de la performance financière des entreprises publiques économiques;
- La révision de la politique de subvention et de fixation du taux d'intérêt;
- La modification du taux de change de la monnaie nationale;
- La libéralisation graduelle du commerce extérieur.

1.3.1. Le régime à l'importation :

Ce régime a connu un changement en 1994, lorsque la Banque d'Algérie a modifié les conditions de financement des opérations d'importation, conférant aux banques agréées une responsabilité dans l'exercice d'un contrôle adéquat à l'exécution d'une opération d'importation.

L'importation de marchandises est désormais effectuée par tout agent économique titulaire d'un registre de commerce ou par toute administration sur la base d'une domiciliation bancaire préalable et obligatoire. Depuis l'institution n° 55/94 du 06/09/1994, rendant applicables, aux artisans, les dispositions de l'instruction n° 20/94 du 12 avril 1994, fixant les conditions financières des opérations d'importations, la notion d'opérateur économique est étendue aux artisans, ce qui leur permet d'exercer librement les opérations d'importations.

En règle générale, les opérations d'importations s'effectuent sans formalité administrative, à l'exception d'une procédure de déclaration statistique préalable aux importations de produits Alimentaires stratégiques ou de première nécessité (sucre, café, lait en poudre, semoule, farine, blés dur et tendre, légume secs et concentré de tomate). Pour le règlement des importations, l'opérateur, en concertation avec sa banque, a plusieurs possibilités; régler au comptant, financer l'importation par imputation sur une ligne de crédit multilatérale ou gouvernementale existante,

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

recourir à des crédits fournisseurs à l'exportation dont les conditions sont conformes aux normes internationales, ou alors débiter un compte en devise.

1.3.2. Le régime à l'exportation :

En dehors des exportations d'hydrocarbures et de produits miniers, le principe général concernant les exportations, est la liberté assortie de certaines exceptions à caractère très limité⁴⁹. Depuis 1994, le producteur désirant exporter une partie de sa production, doit le faire par l'intermédiaire d'une domiciliation bancaire qui sert pour le passage à la frontière et le règlement financier de l'opération d'exportation. Le règlement doit s'effectuer en devise sur une banque domiciliaire ou une banque agréée.

En cas de difficultés d'encaissement dans un délai de 120 jours à compter de la date d'expédition de la marchandise, l'opérateur doit informer sa banque domiciliaire. L'année 1995, est marquée par un approfondissement de la libéralisation du commerce extérieur à travers notamment :

- L'accroissement et la simplification des procédures applicables au niveau de toute la chaîne des intervenants ou auxiliaires du commerce extérieur (banques, douanes, transports, assurances) et l'allégement des procédures des opérations du commerce extérieur;
- L'encouragement des opérateurs économiques et de l'administration aux pratiques optimales, en matière d'encadrement, de régulation du commerce extérieur, avec la possibilité d'accès aux réseaux et systèmes de données informatisées dans le cadre de la promotion et de l'information commerciale;
- La mise en place d'une instrumentation d'encadrement efficace et incitative pour un développement et une diversification des exportations.

⁴⁹Par les arrêtés du 26 février 1994 sur l'exportation du corail brut ou semi-fini, du 9 avril 1994 concernant les plantes de palmiers, les ovins et bovins reproducteurs et les objets représentant un intérêt national aux plans de l'histoire, de l'art ou de l'archéologie y compris les véhicules anciens.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

L'ouverture de l'économie Algérienne sur l'extérieur via les accords d'association avec l'Union Européenne, de libre échange avec d'autres pays et la future adhésion à l'OMC, ont accentué la concurrence sur le marché national. Ceci a exigé une harmonisation du régime juridique de la concurrence, qui a été mis en place par l'ordonnance 03/03 du 19 juillet 2003, qui abroge l'ordonnance N° 95/06 du 25 janvier 1995.

Ce régime est largement inspiré de la législation européenne de la concurrence, et a pour objectif la protection de la libre concurrence et la garantie de la transparence et la loyauté dans les pratiques commerciales. Pour ce faire, il détermine des règles strictes de lutte contre les pratiques déloyales des acteurs économiques à l'encontre d'autres notamment les PME.

L'abus de position dominante est également interdite par ce régime, qui consiste à ce qu'une grande entreprise utilise sa position dominante sur le marché pour étouffer des concurrents de moindre taille, ainsi que l'interdiction des actions concertées qui créent ou renforcent ces positions dominantes.

L'Algérie surveille aussi d'éventuels accords sur les prix entre les grandes entreprises qui risquent d'entraver la concurrence. Cependant, le régime sur la concurrence est vu par les opérateurs privés comme étant répressif, notamment la persistance du favoritisme du secteur public. En effet, les autorités demandent aux opérateurs publics (administrations et collectivités, organismes d'Etat et entreprises publiques) d'acheter leurs biens et services d'abord et en priorité auprès d'autres institutions de l'Etat.

L'ordonnance n° 03-04 du 19 juillet 2003, relative aux règles générales applicables aux opérations d'importations et d'exportations de marchandises, fixe le principe général en la matière, qui est le principe de liberté. En vertu de l'article 2 : « Les opérations d'importations et d'exportations de produits se réalisent librement ». En sont uniquement exclus les produits portant atteinte à la sécurité, l'ordre public et la morale.

Chapitre 2 : L’historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

Un principe de liberté est donc juridiquement consacré, et les seules restrictions sont celles qui sont communément admises par les économies de marché ou la réglementation internationale en la matière.

Les produits importés doivent être conformes aux spécifications relatives à la qualité et la sécurité des produits conformément à la réglementation en vigueur et notamment à la loi n° 09/03 du 25 février 2009, relative à la protection des consommateurs et à la répression des fraudes « de cette loi, il faut retenir la création d’un conseil national pour la protection des consommateurs, y compris de crédit, la prise en compte et la détermination du rôle des associations de protection des consommateurs, la mise en place d’un système de répression des fraudes, l’obligation des garanties et service après vente, de l’obligation de la conformité des produits et de l’obligation de l’information du consommateur⁵⁰ ».

Par ailleurs, les opérations d’exportations et d’importations sont soumises au contrôle des changes⁵¹, qui ne signifie pas restriction, car des licences d’importations ou d’exportations peuvent être accordées.

Section 2 : L’ouverture commerciale multilatérale et régionale de l’Algérie.

L’optimisme d’une Algérie économiquement stable est encore plus forte avec sa signature de l’accord d’association avec l’Union Européenne le 22 Avril 2002 (accord bilatéral), les efforts qu’elle souscrit pour son adhésion à l’OMC (accord multilatéral) et des accords avec l’union maghrébine (accord régional).

⁵⁰KPMG, guide investir en Algérie, 2012, p 93.

⁵¹ KPMG, Op-cit, P. 96.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

2.1. L'OMC et la probable adhésion de l'Algérie

En raison de la crise économique qu'a connue le pays pendant la fin des années 80 et début des années 90, la procédure d'adhésion de l'Algérie à l'OMC n'a pas connu une progression significative malgré que l'accord été signé en 1978 avec la GATT. Le groupe de travail s'est réuni pour la première fois en 1998 et l'Algérie est considérée comme un pays ouvert commercialement.

Cet accord vise trois objectifs principaux :

- La diversification des échanges afin de sortir d'une spécialisation étroite, la libéralisation du commerce extérieur constituant la première condition de cette diversification à moyen et à long terme des exportations et de la production;
- Le relèvement du niveau général de la compétitivité industriel afin de mieux préparer les industries et le contrôle à affronter les effets de la concurrence internationale;
- La maîtrise et le contrôle des importations des produits alimentaires.

2.1.1. Les principales causes du retard du processus de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC.

Après la tenue de la session des négociations qui regroupe la partie Algérienne et les représentants de l'OMC en avril 2001, l'Algérie fut critiquée, le résultat logique de ces critiques s'est soldé par une récession du dossier Algérien. L'Algérie a promis de prendre en considération les conseils de ses partenaires économiques. Devant cet échec, l'Algérie a constaté le placement de son dossier au niveau⁵²:

- Le manque d'expérience des négociateurs Algériens et la limitation de leurs prérogatives et de leurs espaces de manœuvre souvent en donnant raison aux hommes politiques qu'aux hommes de terrains, ce qui donne aux négociations une forme politique plutôt que commerciale;

⁵²Mehdi A, « L'Algérie à l'ombre de l'OMC », Centre inter entreprise de formation administrative et comptabilité Algérie, Technicien supérieur commerce international, Alger, 2008, p 69.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

- L'absence d'un agenda et de programme clair et le non clarté des statistiques présentées à l'OMC;
- Le non stabilité des gouvernements Algériens ;
- Le manque d'une volonté politique
- La machine productive basée sur le pétrole.

2.2. L'Accord d'Association avec l'Union Européenne :

L'accord d'association avec l'Union Européenne constitue le premier accord commercial bilatéral d'importance que l'Algérie a conclu. Cette accord a été signé le 22 avril 2002 (après des négociations qui ont commencé depuis 1997), à Valence en Espagne, l'accord d'association est mis en œuvre le 01/09/2005⁵³.

L'objectif de la déclaration de Barcelone est de garantir la paix, la stabilité et la prospérité en méditerranée par l'instauration d'une zone de dialogue et de coopération. Cet objectif se réalisera par des actions en faveur du⁵⁴:

- Renforcement de la démocratie et du respect des droits de l'homme;
- Développement économique et sociale durable;
- Lutte contre la pauvreté;
- La promotion d'une meilleure compréhension entre les cultures.

Pour atteindre les objectifs cités, les participants ont dénombré trois moyens qui constituent aussi trois volets prioritaires de partenariat entre la communauté européenne et l'Algérie qui sont ⁵⁵ :

⁵³Hachemi N, « Impact prévisible de l'intégration de l'Algérie à la zone de libre échange Union Européenne et Organisation Mondiale du Commerce sur la filière huile alimentaire » institut National Agronomique -ELHARRACH, magister en science agronomiques, Alger, 2007, p52

⁵⁴Leguefche KH « accord d'association entre l'Algérie et l'Union Européenne », Université Pierre Mendès- France de Grenoble, mémoire de master études européennes, 2008, p12.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

- Le volet politique et sécuritaire, impose aux pays signataires de la déclaration une coordination et une concertation régulière sur les questions politiques et sécuritaires d'importance;
- Le deuxième volet porte sur la coopération économique et financière. Son but principal est de construire une zone fondée sur le libre-échange dans le respect des obligations découlant des règlements de l'OMC;
- Enfin, un volet social, culturel et humain dont l'objectif est d'encourager le dialogue entre cultures pour stimuler le rapprochement entre les peuples de la région.

L'UE est le premier partenaire économique et commercial de l'Algérie. Plus 60% de ventes des hydrocarbures sont destinés aux pays de l'UE et plus de 65% des importations Algériennes proviennent de ces pays. De ce fait, l'Algérie est classée comme deuxième pays méditerranéennes qui effectue plus de relations commerciales avec l'UE.

2.3. L'intégration régionale de l'Algérie au sein du Maghreb arabe :

L'union du Maghreb (UMA) a été créée officiellement le 17 février 1989 à Marrakech (Maroc) regroupant cinq pays : l'Algérie, Libye, Maroc, Mauritanie et Tunisie.

L'objectif de cette union est la réalisation d'une stabilité politique de la région du Maghreb et au renforcement des liens de complémentarité économiques entre les pays membres. Caractérisé par une proximité géographique avec l'Europe.

Le Maghreb peut constituer un marché important dans la région du bassin méditerranéen qui pourrait contribuer au renforcement de l'attractivité du Maghreb.

⁵⁵Kherbach H, Ouchichi M et Oukaci K, « Analyse synthétique et critique du partenariat Euro-maghrébin », revue des Sciences Économiques et de Gestion N°4, Laboratoire Economie et Développement, Université de Bejaia, Algérie, 2005, p21.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

Le volume insignifiant des échanges intra-maghrébins met clairement en évidence la réalité de l'intégration maghrébine, les échanges commerciaux de l'Algérie avec l'UMA se concentre essentiellement sur ces deux pays voisins à s'avoir le Maroc et la Tunisie.

2.3.1. Les raisons de la faiblesse du commerce entre l'Algérie et UMA :

- Des raisons politiques dus à la supériorité du politique sur l'économique, la fermeture des frontières terrestres entre l'Algérie et le Maroc, la question du Sahara occidental;
- Des raisons liées aux facteurs économiques tels que le faible niveau de complémentarité structurelle des échanges entre l'Algérie et ses voisins⁵⁶ et taux de protection douanière assez élevé appliqué entre les pays du Maghreb notamment pour les industries textiles et l'agro-alimentaire réduit considérablement le développement des échanges commerciaux;
- Une autre limite de l'intégration réside dans l'incapacité des pays du Maghreb à apprendre. En effet, ces pays acquièrent et utilisent des techniques étrangères sans pouvoir apprendre⁵⁷ ;
- Les pays maghrébins se spécialisent dans des domaines à faible intensité en recherche et développement ce qui freine le rythme de formation technique et scientifique, et accroît l'émigration des compétences chose qui ralentit le décollage économique.

L'ouverture commerciale est indissociable du programme global de modernisation de l'économie Algérienne, qui concerne non seulement la poursuite et l'approfondissement des réformes déjà engagées. Il s'agit d'accélérer des

⁵⁶Oukasi K, kharbachi H, « intégration des économies maghrébine et partenariat euro-méditerranéen, état des lieux », ouvrage collectif, septembre 2010,P 80.

⁵⁷Abdelmalki L et Trotignon J, « échange commerciaux nord-sud et croissance économique : leçon issues de vingt années de rapport commerciaux euro-méditerranéens et inter américains », 2001, pp 50-51.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

programmes de mise a niveau dans le domaine industriel et agricole et de développer de nouveaux mécanismes de protection de la production nationale fondés sur la normalisation et les exigences de qualité et de sécurité des produits et d'élargir des mesures de soutien au développement des exportations hors hydrocarbure et de veiller a protéger les avantages comparatif de l'industrie algérienne , de poursuivre avec prudence le développement de l' économie algériennes par la diversification des produits et biens exportés et d'être de moins au moins dépendant de la rente pétrolière qui est la seul ressource de notre économie.

2.4. Accords bilatéraux avec les pays arabes.

La convention de facilitation et de développement des échanges commerciaux entre les Etats arabes a été mise en œuvre, le 1er janvier 2009, cette convention régissant les produits bénéficiant d'un régime tarifaire préférentiel au sein de la GZALE⁵⁸ (Grande Zone Arabe de Libre Echange).

2.4.1. Tunisie :

La convention entre l'Algérie et la Tunisie de 1981 qui prévoit l'exonération des taxes et droits de douanes entre les deux pays a été gelée par la partie algérienne en 1996. Cette convention est en cours d'actualisation.

2.4.2. Libye :

La convention de 1973 entre les deux parties qui prévoit l'exonération des taxes et droits de douanes n'est pas appliquée par l'Algérie. Néanmoins, la partie Libyenne accorde, en vertu d'une loi interne, l'exonération des droits de douane à tous les produits d'origine des pays arabes y compris l'Algérie.

⁵⁸[Http : //www.ALGEX.dz](http://www.ALGEX.dz)

2.4.3. Jordanie :

La convention de coopération commerciale entre l'Algérie et la Jordanie signée à Alger en 1997 et appliquée par les deux parties, prévoit l'exonération des droits de douane et des taxes et impôts d'effet équivalent aux droits de douanes, sauf les marchandises figurant sur une liste négative jointe à la convention.

2.4.4. Mauritanie :

Une convention commerciale et tarifaire a été signée entre l'Algérie et la Mauritanie en 1996, stipulant que les deux parties s'engagent à supprimer tous les droits de douane et taxes d'effet équivalent pour tous les produits d'origines algérienne et mauritanienne. Ratifiée par l'Algérie au mois de septembre 2005, cette convention n'a pu être mise en application, les instruments de ratification n'étant pas encore échangés entre les autorités diplomatiques des deux pays.

2.4.5. Maroc :

La convention prévoyant l'exonération des droits et taxes entre les deux pays signée en Mars 1989, a été gelée en 1996.

Section3 : Les institutions de la promotion du commerce extérieur

Les tentatives d'adhésion à l'OMC et ses conditions, et l'accord d'association avec l'Union européenne ont rendu nécessaire de promouvoir l'exportation hors hydrocarbure, en vue de faire face à la concurrence qui découlera de ces ouvertures déclenchées au milieu des années 90. Pour y parvenir, les pouvoirs publics ont intervenus par la mise en place des politiques de soutien à l'exportation, en créant

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

des organismes d'orientations, de soutien et de suivi aux opérateurs engagés dans le commerce avec l'extérieur, mais aussi, en leur accordant des avantages fiscaux et parafiscaux encourageants.

3.1. Les avantages fiscaux et parafiscaux :

De nombreux avantages fiscaux sont accordés aux entreprises exportatrices Algériennes à savoir :

3.1.1. La taxe sur l'activité professionnelle (TAP) :

Le montant des opérations de ventes, de transport ou de courtage portant sur des objets ou marchandises destinés directement à l'exportation est exclu du chiffre d'affaires servant de base à la taxe sur l'activité professionnelle, y compris toutes les opérations de processions ainsi que les opérations de traitement pour la fabrication de produits pétroliers destinés directement à l'exportation⁵⁹.

3.1.2. La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) sur les opérations de vente à l'exportation :

Cet avantage comporte une exemption de la TVA pour les affaires de ventes et de façon portant sur les marchandises exportées, sous certaines conditions⁶⁰, ou sur les achats ou importations de marchandises, réalisés par un exportateur, destiné soit à l'exportation ou à la réexportation en l'état, soit à être incorporés dans la fabrication, la composition, le conditionnement ou l'emballage des produits destinés à l'exportation ainsi que les services liés directement à l'opération d'exportation⁶¹.

⁵⁹Article 220-3 du code des impôts directs et taxes assimilées.

⁶⁰ Article 13 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.

⁶¹ Article 42-2 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

Il peut aussi prendre la forme de restitution de la TVA pour les opérations d'exportation de marchandises, de travaux, de services ou de livraison de produits pour lesquels la franchise à l'achat est autorisée par l'article 42 du code de la TVA⁶².

3.1.3. L'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS) :

Les opérations de vente et des services destinés à l'exportation bénéficient d'une exonération l'IBS durant une période de cinq (05) années à compter l'exercice de 2001, à condition de réinvestissement de leurs bénéfices ou leurs revenus au titre de ces opérations, (à l'exception les opérations de transport terrestres, aérien, les réassurances et les banques)⁶³.

3.2. Les organismes de soutien aux exportations hors hydrocarbures :

Le dispositif institutionnel de soutien à l'export est principalement constitué des organismes suivants :

3.2.1. Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE) :

Institué par la loi des finances pour 1996, le fond spécial pour la promotion des exportations (FSPE)⁶⁴ est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leur action de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs, à travers cinq rubriques. FSPE a connu une refonte dans le cadre de la loi des finances complémentaires pour 2007⁶⁵. Cependant, le FSPE a mis en œuvre uniquement deux de ces rubriques, il s'agit principalement de :

⁶²Article 50 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.

⁶³Article 138 du code des impôts et taxes assimilées modifié par l'article 06 de loi de finances pour 2006.

⁶⁴ Ministère du commerce Algérie, Direction de la promotion des exportations convention France Maghreb, Paris les 5 et 6 février 2008.

⁶⁵ Rapport de conjoncture du secteur du commerce au titre de l'année 2012, www.algex.dz.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

- La prise en charge des frais de participation aux foires et expositions à l'étranger : 80% des frais engagés pour la participation aux foires et expositions inscrites au programme officiel de la participation de l'Algérie; 100% des frais engagés pour une participation revêtant un caractère exceptionnel suite à une décision politique ou se limitant à la mise en place d'un guichet unique; 50% des frais engagés dans le cadre d'une participation individuelle aux autres foires ne figurant pas au programme annuel officiel.
- La prise en charge d'une partie des coûts de transport international des produits périssables ou à destination éloignée : 50% des frais de transport international des produits agricoles périssables à l'exception des dattes; 25% des frais de transport international des produits non agricoles à destination éloignée.

3.2.2. Le fonds national de régulation et développement agricole (FNRDA) :

Institué par la loi de finances de 2000, ce fond est destiné à apporter un soutien financier à tout exportateur intervenant dans le domaine de l'exportation de dattes, concernant la prise en charge partielle du taux d'intérêt du crédit d'exploitation accordé par les banques Algériennes à hauteur de 3% et ce, au titre de crédit consommé dans la limite du montant du chiffre d'affaire réalisé à l'exportation durant la même période.

3.3. Les mesures institutionnelles et douanières :

Pour soutenir les exportations hors hydrocarbure les pouvoirs publics ont institué différents organismes, tel l'office Algérien de promotion du commerce extérieur (PROMEX), d'assurance l'Algérienne et de garantie aux exportations (CAGAX), La chambre Algérienne du commerce et de l'industrie (CACI) et la société des foires et exportations (SAFEX), et OPTEMEXPORT.

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

L'article 4 de l'Ordonnance 96/06 du 1001/1996 stipule que l'Assurance Crédit à l'exportation est confiée à une société chargée d'assurer⁶⁶:

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

La CAGEX propose aux exportateurs Algériens trois formules de garanties : l'assurance globale, l'assurance individuelles et l'assurance protection, foires et exposition.

3.3.2. L'agence nationale de promotion du commerce extérieur (ANPROMEX) :

Créée par le décret exécutif N° 04/174 du 12 juin 2004, c'est un établissement public sous la tutelle du ministère du commerce. Instituée pour remplacer l'Office de promotion des exportations (PROMEX) qui est créé par le décret exécutif n°96-234 du 1^{ère} octobre 1996, et dont les missions se limitaient à l'information commerciale et au conseil, ainsi que le soutien a apporté aux entreprises à tous les stades de leurs démarches internationales.

- L'Agence ALGEX propose également aux entreprises des mises en relations d'affaires et des contacts avec les importateurs étrangers pour développer leurs relations commerciales et trouver des débouchés pour leurs produits sur les marchés étrangers.
- ALGEX est chargée, enfin, d'identifier les entreprises ayant un potentiel et des capacités leurs permettant de se développer à l'international, les encourager à

⁶⁶ www.cagex.dz

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

s'orienter vers les marchés étrangers et les accompagner sur leurs itinéraires à l'export⁶⁷.

3.3.3. La Chambre Algérienne de Commerce et l'Industrie(CACI) :

La Chambre Algérienne de Commerce et l'Industrie (CACI)⁶⁸ a été instituée suite au 96-94 du 03mars 1996. Elle a plusieurs missions :

- Fournir aux pouvoirs publics, sur leurs demandes ou de sa propre initiative, les avis, les suggestions et les recommandations sur les questions et préoccupations intéressant directement ou indirectement, au plan national, les secteurs du commerce, de l'industrie et des services;
- Organiser la concertation entre ses adhérents et recueillir leur point de vue sur les textes que lui soumettrait l'administration pour examen et avis;
- Effectuer la synthèse des avis, recommandations et propositions adoptés par les chambres de commerce et d'industrie et de favoriser l'harmonisation de leurs programmes et de leurs moyens;
- Assurer la représentation de ses chambres auprès des publics et de désigner des représentants auprès des instances nationales de concertation et de consultation;
- Entreprendre toute action visant la promotion et le développement des différents secteurs de l'économie nationale et leur expansion notamment en direction des marchés extérieurs.

3.3.4. La Société Algérienne des Foires et Expositions(SAFEX) :

(Safex-SPA) est une entreprise publique issue de la transformation de l'objet social et de la dénomination de l'Office National des Foires et Expositions (ONAFEX), créée en 1971.

Dans le cadre de ses missions statutaires, la SAFEX exerce ses activités dans les domaines suivants⁶⁹ :

⁶⁷[Http://www.algex.dz](http://www.algex.dz) consulte le 01/03/2020.

⁶⁸ Instituée par le décret exécutif n°96-94 du 03 mars 1996

⁶⁹www.safex.dz consulte le 22/12/2019.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

- Organisation des foires, salon spécialisés et expositions, à caractère national, international, local et régional ;
- Organisation de la participation Algérienne aux foires et expositions à l'étrangère;
- Assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international, de l'information sur la réglementation du commerce international, des opportunités d'affaires avec l'étrangère, de la mise en relation d'affaires, des procédures à l'exportation, de l'édition de revues économiques et catalogues commerciaux, de l'organisation de rencontres professionnelles, séminaires et conférences, gestion et exploitation des infrastructures et structures du Palais des Exportations.

3.3.5. Le programme de Renforcement des capacités Exportatrices des PME Algériennes (Opte export):

Le programme de Renforcement des capacités Exportatrices des PME Algériennes exportatrices a été lancé en 2007 et a concerné l'accompagnement d'un groupe pilote de 40 entreprises, ainsi que la formation de formateurs et de conseillers à l'export pour former et assister les entreprises exportatrices Algériennes⁷⁰.

Il est offert aux PME qui s'intéressent aux marchés étrangers des aides intéressantes portant, notamment, sur la mise à leur disposition d'informations commerciales internationales fiables et régulières, indispensables à la formation et à la professionnalisation des opérateurs. Cette démarche devait permettre aux PME de déterminer le positionnement de l'Algérie dans le commerce mondial, identifier les PME principaux clients de l'Algérie, les secteurs porteurs à l'international ainsi que les marchés cibles, et d'observer et d'analyser la concurrence.

Pour chaque entreprise sélectionnée, les objectifs de ce programme visent à aider à l'élaboration d'une étude sur mesure selon ses produits ou services, analyser des marchés porteurs, en vue de connaître les principaux clients de l'Algérie dans son domaine, et mesurer la stratégie de ses principaux concurrents.

⁷⁰ www.optimexport-dz-org consulte le 22/12/2019.

3.3.6. Les facilitations douanières à l'exportation :

Les pouvoirs publics montrent toujours un intérêt de plus en plus important à l'encouragement de l'exportation non seulement par des avantages fiscaux, mais aussi, par un accompagnement des exportateurs pour la simplification des procédures dans les ports et aéroports, aux frontières terrestres, que dans les circuits administratifs qui sont impliqués en amont ou en aval, dans la gestion de processus d'exportation.

Les exportations sont particulièrement encouragées et facilitées, et bénéficient d'une exonération des droits de douane, mais aussi, pour faire face aux préoccupations des exportateurs, l'administration des douanes a procédé à l'allègement de certaines procédures douanières telles que⁷¹:

- 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;
- La visite sur site et le dédouanement à domicile;
- La vente en consignment ou « vente au mieux » est facilitée, en acceptant une déclaration d'exportation incomplète et la possibilité de procéder après la vente des produits, à une régulation 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 routier;
- Le circuit vert, qui permet la validation de la déclaration d'exportation sans vérification des marchandises ;
- dans le port, aéroport, gare ferroviaire ou postes frontalières terrestres en attendant leurs embarquements à destination de l'étranger et de libérer les intéressés de leurs obligations éventuelles envers l'administration des douanes ;
- Le carnet ATA qui constitue une procédure simplifiée d'admission temporaire, notamment pour les échantillons et pour la participation aux foires à l'étranger.

⁷¹ Site web de l'agence nationale pour la promotion du commerce extérieur, www.algex.dz/consulte le 12/07/2020.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

Le carnet ATA qui est délivré exclusivement par la chambre Algérienne du commerce et d'industrie (CACI), est valable pendant un (01) an.

Cette insuffisante progression par rapport aux énormes dépenses de l'Etat et aux résultats souhaités, pourrait s'améliorer en mettant à la disposition des promoteurs des idées de projets, des sites et des études de rentabilité, notamment dans les domaines à fort potentiel de développement comme la pétrochimie et les engrais, l'industrie du verre, de la pierre, le tourisme, l'agriculture...etc. Pour y parvenir, les pouvoirs publics doivent renforcer le rôle exportateur du secteur industriel en augmentant ses exportations actuelles et en créant de nouvelles opportunités d'exportations, en vue de réduire la forte dépendance du pays à l'égard des importations dans un certain nombre de segments d'activités nationales. Aussi, il serait opportun de promouvoir des coopérations de marketing pour améliorer les produits agroalimentaires, destinés à l'exportation comme les emballages, stockage sous-froid, norme d'hygiène et de qualité...

Par ailleurs, d'autres mesures doivent être prises pour rentabiliser les efforts en matière de promotion des opérations d'exportation, il s'agit principalement de :

- Assainir l'activité d'importation en identifiant et en professionnalisant les opérations,
- Encourager et drainer les surplus financiers générés par l'importation vers l'investissement en proposant des mesures incitatives et en défiscalisant les surplus financiers réinvestis dans la sphère productive,
- Baliser les axes de développement de la PME pour orienter les investissements potentiels, en concevant et en arrêtant une stratégie nationale en matière de développement économique,
- Faire appel et mobiliser le génie Algérien pour identifier les activités « niches », c'est-à-dire celles où les avantages comparatifs Algériens sont indéniables.

Chapitre 2 : L'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie

Conclusion :

L'Algérie, avec une superficie de 2 381 741 km² est le plus vaste pays d'Afrique mais également du monde arabe et du bassin méditerranéen. Sa géographie réunit de multiples atouts dont une façade maritime de 1200 km et un immense Sahara riche en ressources naturelles. Elle est aussi considérée comme une puissance démographique de la région de l'Afrique du nord avec une population très jeune, sans oublier qu'elle fait partie intégrante des puissances régionales du Maghreb. Ceci a permis à l'Algérie d'occuper une place importante dans les relations géopolitique et économiques méditerranéennes et arabes. Cependant, tous ces facteurs favorables au développement n'ont réussi à contribuer d'une façon très minime à travers divers dispositifs d'appui, l'échec du modèle économique Algérien, mais aussi à cause du manque d'intérêt accordé aux secteurs agricole et industriel.

L'Algérie s'est tournée vers les accords de partenariats avec ses voisins méditerranéens, arabes et africains dans le but de favoriser les échanges commerciaux.

Malgré ces facilitations, les entreprises Algériennes ne sont pas encore allées loin, et les résultats attendus sont loin de celles planifiées. La situation de l'Algérie par rapport au marché mondial est particulièrement critique du fait que ses exportations sont dominées par matière première (les hydrocarbures), car en 2020 encore, les exportations de l'énergie représentent plus de 94% du total des exportations Algérienne.

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien.

Introduction :

Le commerce extérieur est un pilier essentielle dans n'apporte quelle économie, dans l'objectif de faire des échanges que soit de marchandises, services ou bien monétaires.

Pour cela, notre étude consiste à faire ressortir l'évolution de la balance commerciale Algérienne depuis l'indépendance jusqu'à 2019 qui fera l'objet de la première section, de ressortir le volume des importations et des exportations, ainsi leurs structures et d'identifier les principaux partenaires de l'Algérie et le taux de change dans la deuxième section.

Section 1 : L'évolution des échanges extérieurs Algériens entre 1963 et 2019.

Dans cette première section en s'intéresse à présenter l'évolution de la balance commerciale Algérienne de 1963 à 2019 ainsi le volume des importations et des exportations dans la même période.

1.1. Lapremière période 1963-1978 :

Tableau 2: l'évolution des échanges extérieurs Algériens de 1963 à 1978.

Unité : millions USD

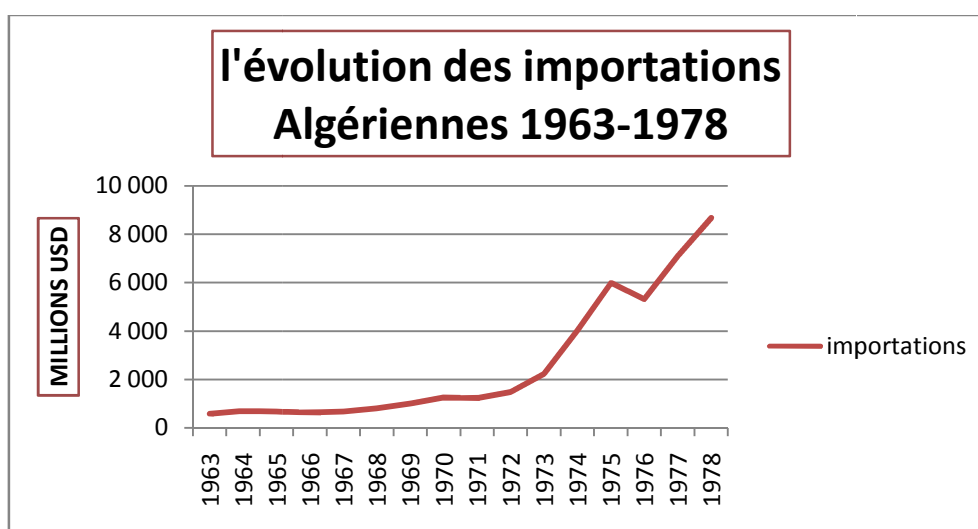
	Importations	Exportations	Balance commerciale	Taux de couverture %
1963	586	732	147	125
1964	704	728	24	103
1965	672	642	-30	95
1966	640	623	-17	97
1967	680	725	46	107
1968	816	831	16	102
1969	1 010	935	-76	93
1970	1 259	1 010	-248	80

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

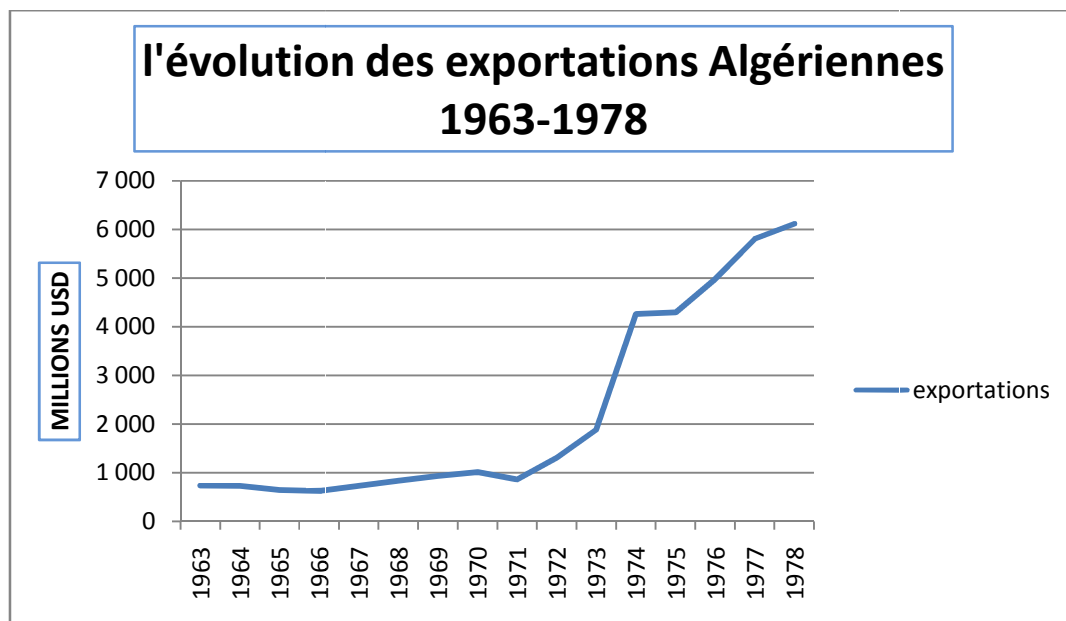
1971	1 228	857	-371	70
1972	1 491	1 304	-187	87
1973	2 241	1 889	-353	84
1974	4 024	4 259	235	106
1975	5 993	4 292	-1 702	72
1976	5 318	4 977	-341	94
1977	7 102	5 805	-1 297	82
1978	8 675	6 117	-558	71

Source: www.douane.gov.dz

Figure 3: l'évolution des importations Algériennes 1963-1978.

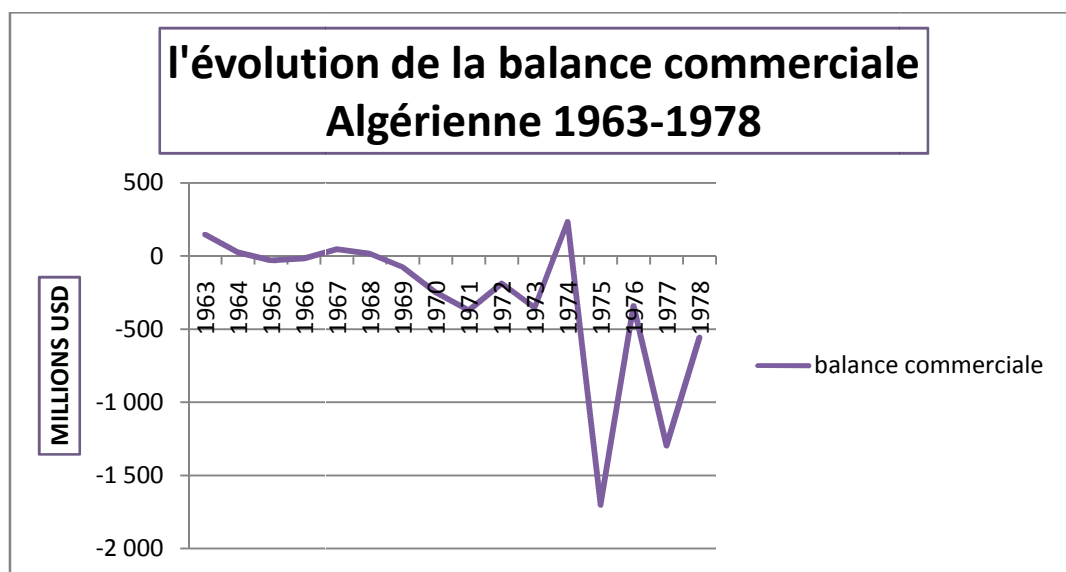


Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données du tableau n°02



Source : réaliser par nous-mêmes à partir des données du tableau n°02

Figure 4: l'évolution de la balance commerciale Algérienne 1963-1978.



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données du tableau n°02

Dans cette première période, les importations et les exportations Algériennes marquent une dégradation de 1963 à 1966, à cause de la politique tarifaire de 1963 posé par le gouvernement, cette politique renforce le contingentement sur les biens de consommation de 15% à 20% et un tarif de 10% sur les biens industriels, cela influence la baisse de la consommation nationale.

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

De 1967 à 1978, le volume des échanges extérieurs a augmenté d'une manière importante. D'un autre côté, les exportations ont connu une croissance exceptionnelle à cause des exportations des hydrocarbures. D'un autre côté, les importations aussi ont connu une croissance importante à cause des importations des biens d'équipements.

La balance commerciale de cette période a connu des perturbations. On remarque qu'en (1963-1964), (1967-1968) et en 1974, la balance commerciale est positive (excédentaire) à cause du volume des exportations nationales des hydrocarbures, par contre en (1965-1966), (1969-1973) et (1975-1978), la balance commerciale est devenue déficitaire à cause de l'importance des importations nationales.

Dans cette période, l'économie Algérienne est caractérisée par la nationalisation des hydrocarbures et de la mise en place d'un système de planification centralisé.

2.2. La deuxième période 1979-1988 :

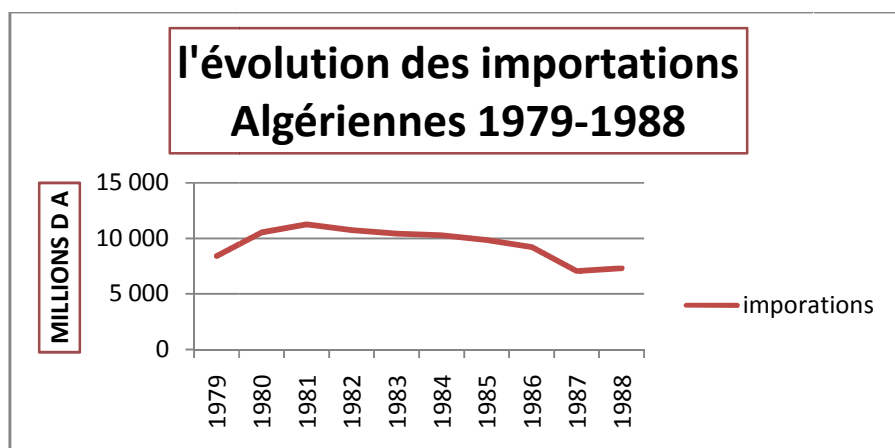
Tableau 3: l'évolution des échanges extérieurs Algériens de 1979 à 1988.

Unité : millions USD

	Importations	Exportations	Balance commerciale	Taux de couverture %
1979	8 410	9 873	1 463	117
1980	10 552	15 613	5 061	148
1981	11 259	13 283	2 024	118
1982	10 743	11 481	738	107
1983	10 415	11 183	768	107
1984	10 292	11 869	1 577	115
1985	9 840	10 145	305	103
1986	9 213	7 820	-1 393	85
1987	7 056	8 233	1 177	117
1988	7 323	8 104	781	111

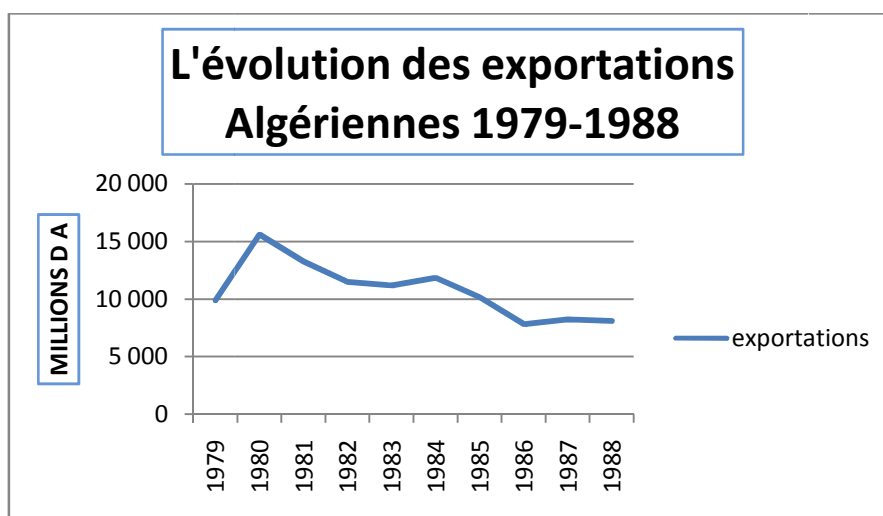
Source : www.douane.gov.dz

Figure 5 : l'évolution des importations Algériennes 1979-1988.



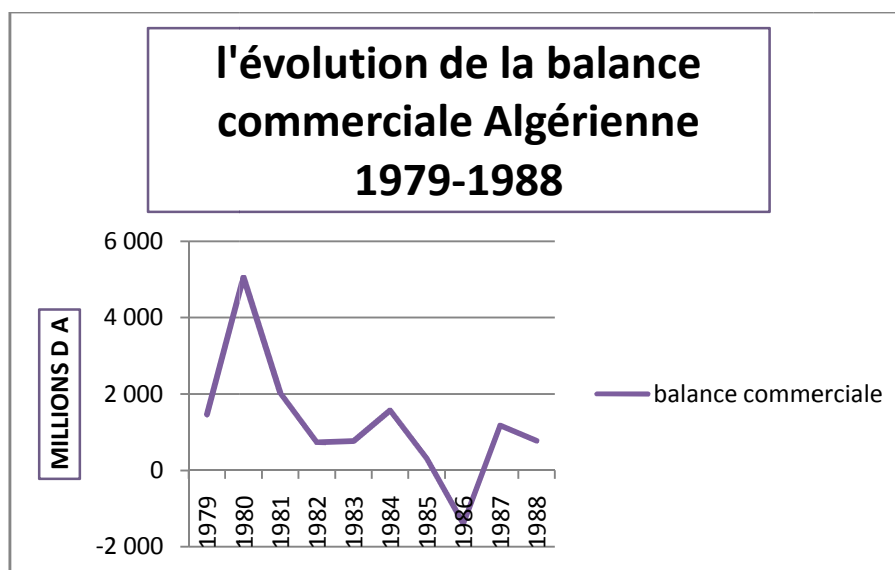
Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données du tableau n°03

Figure 6: l'évolution des exportations Algériennes 1979-1988.



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données du tableau n°03

Figure 7: l'évolution de la balance commerciale Algérienne 1979-1988.



Source : réaliser par nous-mêmes à partir des données du tableau n°03

Cette deuxième période est une période dans laquelle l'état Algérien a installé un monopole sur le commerce extérieur. Cela influence les échanges extérieurs Algériens dont le volume des importations et des exportations a enregistré une évolution à la hausse entre 1980-1984, suivi d'une baisse entre 1985-1988 suite à un choc pétrolier de 1986 qui a causé la chute des prix du pétrole de 40%.

La balance commerciale Algérienne demeure excédentaire sur la période, sauf en 1986 où le solde commerciale est négatif, à cause d'un choc pétrolier dans la même année (1986), cela explique bien que l'économie Algérienne est une économie entièrement dépendante des recettes des hydrocarbures.

1.3. La troisième période 1989-1999 :

Tableau 4: l'évolution des échanges extérieurs Algériens de 1989 à 1999.

Unité : millions USD

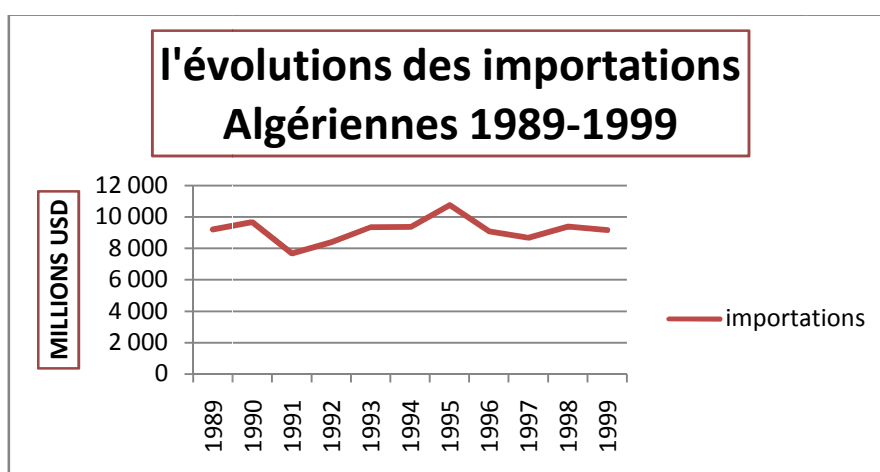
	Importations	Exportations	Balance commerciale	Taux de couverture %
1989	9 208	8 968	-240	97
1990	9 684	11 304	1 620	117

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

1991	7 684	12 101	4 420	158
1992	8 406	10 837	2 431	129
1993	9 365	8 340	-1 025	115
1994	9 365	8 340	-1 025	89
1995	10761	10240	-521	95.10
1996	9098	13375	4277	148.12
1997	8687	13889	5202	157.97
1998	9403	10213	810	102.38
1999	9164	12522	3358	128.90

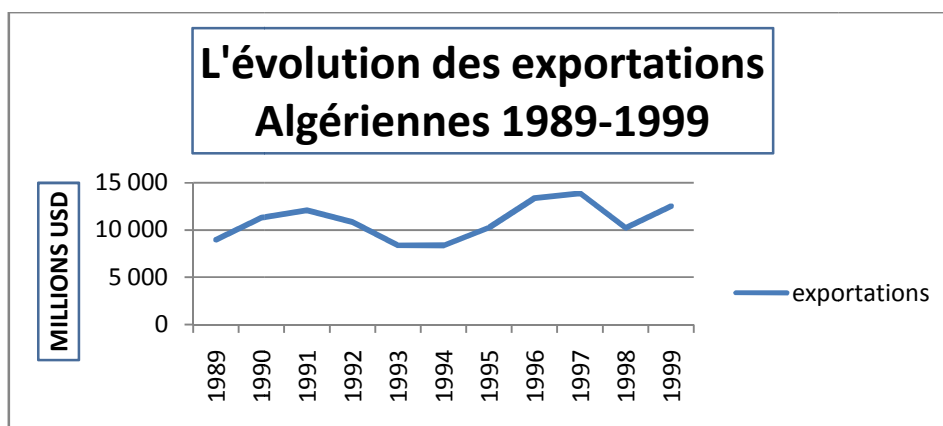
Source : www.douane.gov.dz et CNIS

Figure 8: l'évolution des importations algériennes 1989-1999.



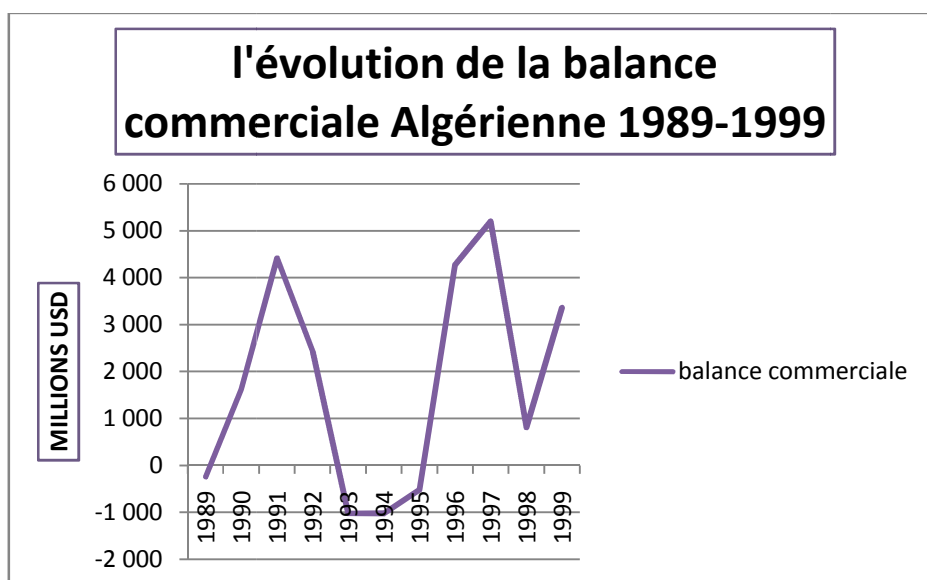
Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données du tableau n°04

Figure 9 : l'évolution des exportations Algériennes 1989-1999



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données du tableau n°04

Figure 10: l'évolution de la balance commerciale Algérienne 1989-1999.



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données du tableau n°04

Dans cette période, les importations Algériennes marquent une croissance moyenne sur toute la période.

Par contre, les exportations ont enregistré une évolution soit à la hausse, soit à la baisse, cela peut être expliqué par les perturbations des marchés pétroliers. Donc, on peut dire que les exportations Algériennes suivent l'évolution des cours des hydrocarbures.

La balance commerciale est instable durant cette période. Elle a enregistré des soldes positives et d'autres négatives (1989 et en 1993-1995).

1.4. La quatrième période 2000-2019 :

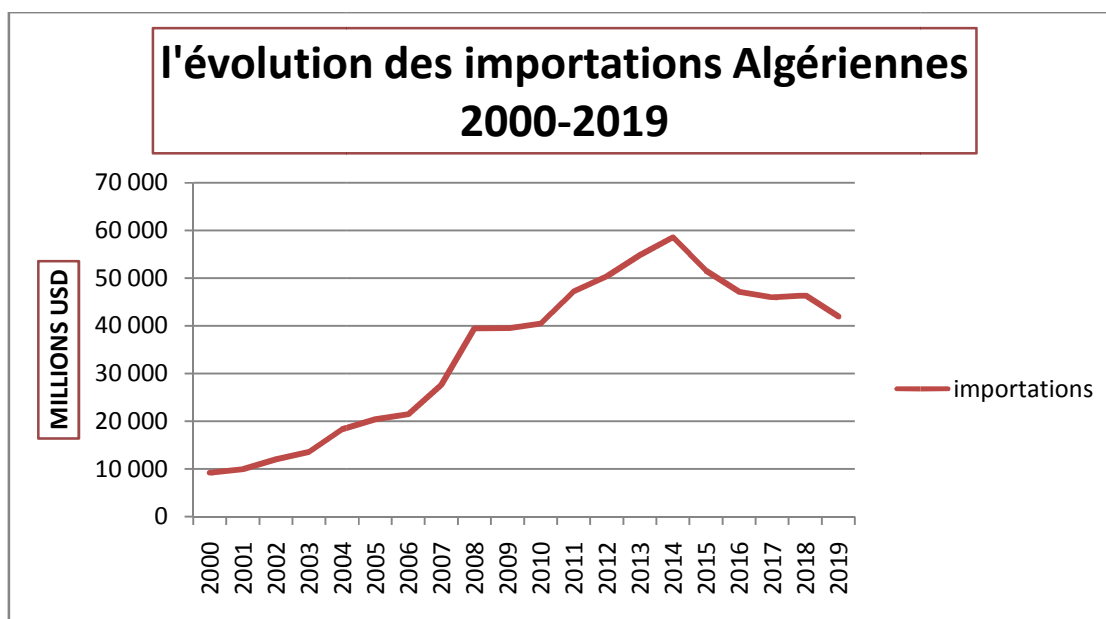
Tableau 5: l'évolution des échanges extérieurs Algériens de 2000 à 2019.

Unité : millions USD

	Importations	Exportations	Balance commerciale	Taux de couverture %
2000	9 173	22 031	12 858	225.41
2001	9 940	19 825	9 192	183.97
2002	12 009	18 852	6 816	156.84
2003	13 534	24 612	11 078	189.41
2004	18 308	32 083	13 775	175.24
2005	20 357	46 001	25 644	225.97
2006	21 456	54 613	33 157	251.47
2007	27 631	60 163	32 532	218
2008	39 479	79 298	39 819	201
2009	39 479	45 194	5 900	115
2010	40 473	57 053	16 580	141
2011	47 247	73 489	26 242	156
2012	50 376	71 866	21 490	143
2013	54 852	65 917	11 065	120
2014	58 580	62 886	4 306	107
2015	51 501	37 787	-13 714	73
2016	47 089	30 026	-17 063	64
2017	45 957	34 763	-11 194	769
2018	46 330	41 797	-4 532	90.22
2019	41 934	35 823	-6 110	85.43

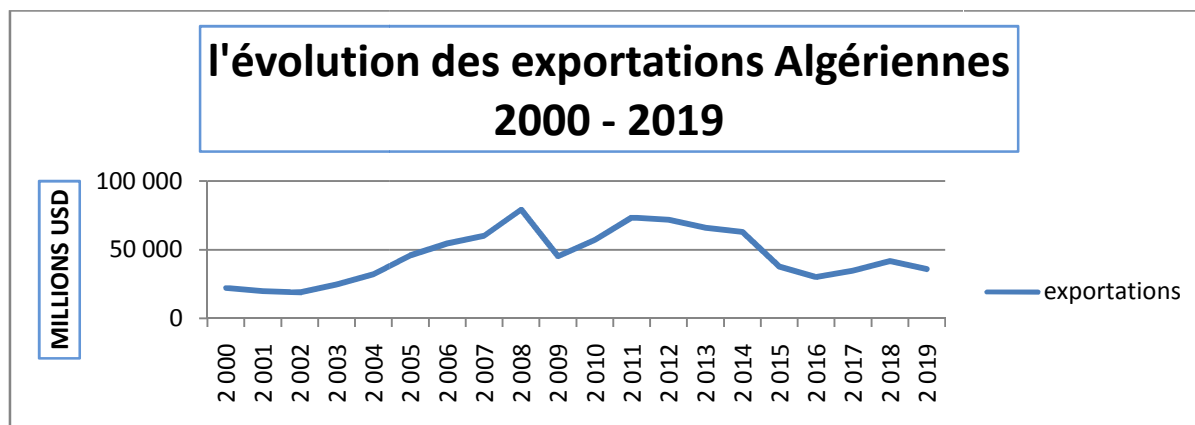
Source : www.douane.gov.dz et CNIS

Figure 11: l'évolution des importations Algériennes 2000-2019.



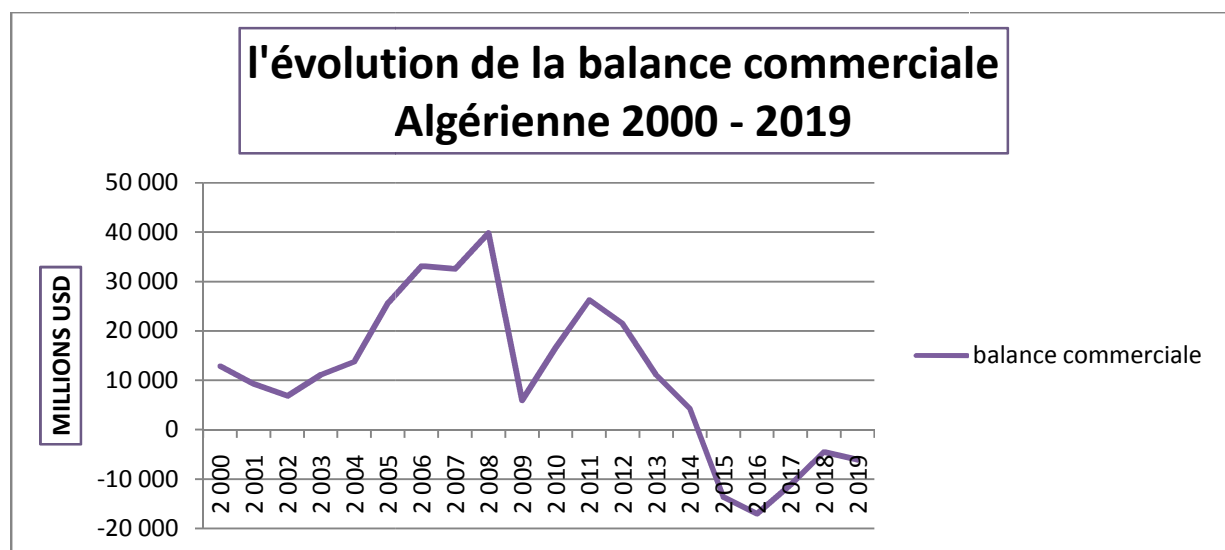
Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données du tableau n°05

Figure 12: l'évolution des exportations Algériennes 2000-2019.



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données du tableau n°05

Figure 13: l'évolution de la balance commerciale Algérienne 2000-2019.



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données du tableau n°05

A partir de 2000, une forte augmentation des importations et des exportations particulièrement à partir de 2005 suite à la signature de l'accord d'association avec l'UE, mais à partir de 2015, les importations Algériennes ont chuté jusqu'à 2019 aussi à cause de la chute des prix du pétrole.

Les exportations ont enregistré une forte croissance grâce au prix des hydrocarbures et le volume de ventes de ces derniers, donc un solde commerciale excédentaire pendant 15 ans (2000-2014).

De 2015, les exportations ont marqué une baisse importante. Elles ont passé de 62886 millions USD en 2014 à 37787 millions USD en 2015, soit une perte de 25099 millions USD⁷², cette diminution a été enregistré jusqu'à 2019, cela implique une balance commerciale déficitaire pendant 5 ans (2015-2019).

Sections 2 : la structure des échanges extérieurs Algériens :

Dans cette section, nous allons traiter les échanges commerciaux effectués par l'économie Algérienne dans le cadre du commerce extérieur avec le reste du monde. En s'intéressant aux déferant produits échangés, les principaux partenaires de l'Algérie et le taux de change à travers des données statistiques et des présentations graphiques.

⁷²www.douane.gov.dz consulté le 15/04/2020.

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

2.1.Études des importations :

2.1.1.L'évolution des importations Algériennes de 2010 à 2019 :

Tableau 6 : les importations Algériennes de 2010 à 2019

Unité : millions USD

	2010		2011		2012		2013		2014	
	valeur	Struc %	valeur	struc %	valeur	struc %	valeur	struc %	valeur	struc %
Biens alimentaires	6058	14.97	9850	20.85	9022	17.91	9580	17.47	11005	18.79
Energie et lubrifiants	955	2.36	1164	2.46	4955	9.84	4340	7.91	2879	4.91
Produits bruts	1409	3.48	1783	3.77	1839	3.65	1832	3.34	1891	3.23
Demi-produits	10098	24.95	10685	22.62	10629	21.10	11223	20.46	12852	21.94
Biens d'équipements agricoles	341	0.84	387	0.82	330	0.66	506	0.92	658	1.12
Biens d'équipementst industriels	15776	38.98	16050	33.97	13604	27.00	16172	29.48	18961	32.37
Biens de consommation non alimentaires	5836	14.42	7328	15.51	9997	19.84	11199	20.42	10334	17.64
total	40473	100	47247	100	50376	100	54852	100	58580	100

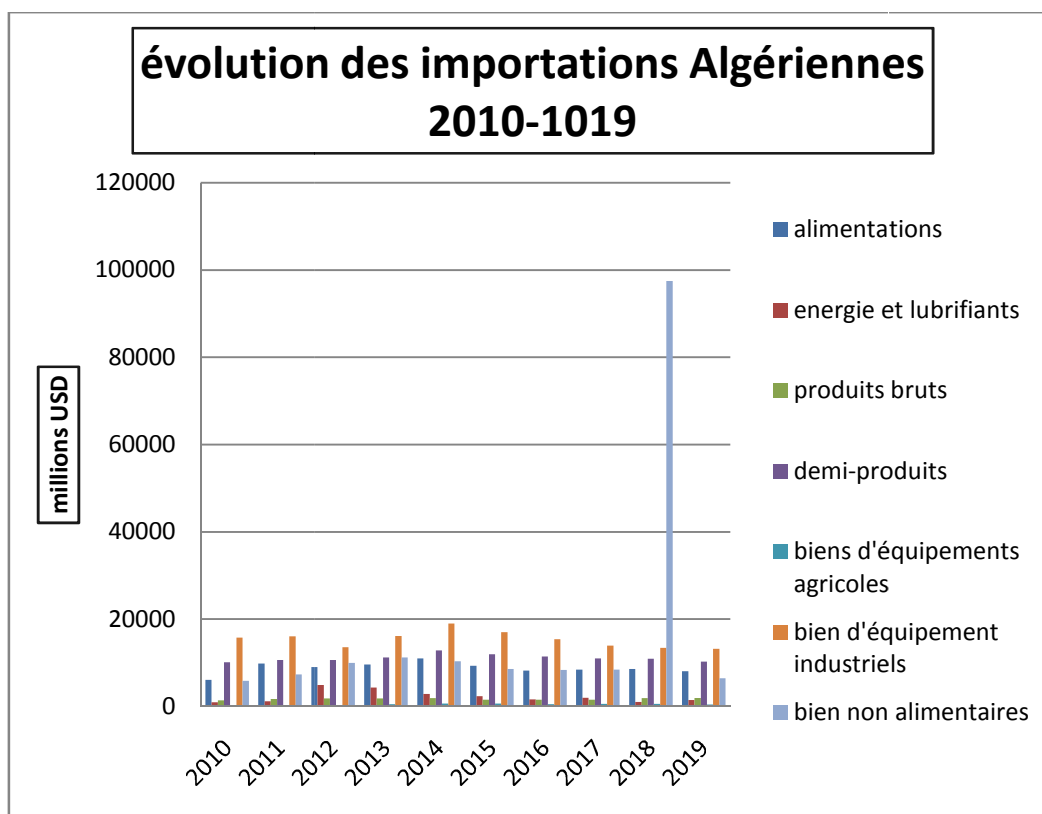
Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Suite de tableau N°06

	2015		2016		2017		2018		2019*	
	valeur	Struc %	valeur	struc %	valeur	struc %	valeur	struc %	valeur	struc %
Biens alimentaires	9314	18.08	8223	17.46	8437	18.36	8573	18.56	8072.27	19.25
Energie et lubrifiants	2348	4.56	1613	3.42	1992	4.33	1015	2.20	1436.23	3.42
Produits bruts	1551	3.01	1563	3.32	1524	3.32	1898	4.11	2012.23	4.80
Demi-produits	11982	23.27	11437	24.29	10981	23.89	10959	23.72	10297.52	24.56
Biens d'équipements agricoles	663	1.29	503	1.07	611	1.33	563	1.22	457.70	1.09
Biens d'équipements industriels	17046	33.10	15412	32.73	13962	30.38	13433	29.08	13202.40	31.48
Biens de consommation non alimentaires	8597	16.69	8338	17.71	8450	18.39	97556	21.12	6455.77	15.40
total	51501	100	47089	100	45957	100	46197	100	41934.12	100

Source : réaliser par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Figure 14: les importations Algériennes 2010-2019



Source : réaliser par nous-mêmes à partir des données de tableau n°06

D'après les tableaux et le graphique précédent, les biens d'équipements et les biens destinés à l'outil de production réservent une partie essentielle dans les importations Algériennes. Une forte croissance enregistrée en 2010 d'une valeur de 16117 millions USD. Cette hausse est poursuivie par une baisse annuelle pour les biens d'équipements.

Pour les biens destinés à l'outil de productions, la valeur la plus élevée enregistrée était en 2012, de 17423 millions USD.⁷³

Cette importance revient aux besoins de l'économie nationale pour produire les différents biens de consommation finale et les biens de production intermédiaire.

En 2011, le volume des importations était de 47.25 millions USD, soit une augmentation de 16.40% par rapport à l'année 2010. Cette augmentation a continué jusqu'à 2014 où le volume des importations atteint 58.58 millions USD, mais à partir de 2015, le volume des importations commence à baisser, passant de 51.5 millions USD à 41.91 millions USD en

⁷³ www.douane.gov.dz consulte le 15/04/2020.

2019.

2.1.1.1. Les principaux produits importés du groupe biens d'alimentations en 2018 et 2019 :

Tableau 6 : les principaux produits importés du groupe bien d'alimentation 2018-2019

Unité : millions USD

Les principaux produits	2018		2019		Evolution %
	valeur	struc%	valeur	struc%	
Céréales	3064.70	35.75	2706.10	33.52	-11.70
Laits et produits de la laiterie	1401.09	16.34	1245.91	15.43	-11.08
Sucres et sucreries	815.65	9.51	726.61	9.00	-10.92
Résidus et déchets des industries alimentaires	672.83	7.85	561.25	6.95	-16.58
Tabacs et succédanés de tabacs fabriqués	277.65	3.24	363.22	4.50	30.82
Café, thé, maté et épices	367.64	4.29	343.98	4.26	-6.44
Légumes, plantes, racinés et tubercules alimentaires	387.38	4.52	340.65	4.22	-12.06
Préparations alimentaires diverses	326.56	3.81	316.61	3.92	-3.05

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Fruits comestibles, écorcesd'agrumes ou de melons	161.82	1.89	278.30	3.45	71.98
Animaux vivants	163.86	1.91	275.27	3.41	67.98
Autres importations	934.39	10.90	914.37	11.33	-2.14
Total	8573.58	100	8072.27	100	-5.85

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Les biens alimentaires viennent toujours en troisième position dans la structure des importations Algériennes, car la partie la plus importante est réservée pour les biens d'équipements.

En 2019, la part des biens alimentaires dans la structure des importations Algériennes est de 19.25%, soit une augmentation de 0.69% par rapport à l'année 2018⁷⁴.

A l'intérieur de ce groupe, on trouve que les tabacs et les succédanés de tabac fabriqués, les fruits comestibles, écorcés d'agrumes ou de melons, et les animaux vivants ont enregistré des hausses (30.82%, 71.98% et 67.98%) ,respectivement⁷⁵.

Par contre le reste des biens de ce groupe enregistre des baisses.

Les hausses et les baisses de chaque bien viennent aux besoins du marché national.

2.1.1.2. Les principaux produits importés du groupe énergie et lubrifiants en 2018 et 2019 :

⁷⁴ www.douane.gov.dz consulte le 15/04/2020.

⁷⁵ www.douane.gov.dz consulte le 15/04/2020.

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Tableau 7: les principaux produits importés du groupe énergie et lubrifiant

Unité : millions USD

Principaux produits	2018		2019		Evolution %
	Valeur	struc%	valeur	struc%	
Huiles non brutes de pétrole ou minéraux bitumineux	578.05	53.62	965.81	67.25	67.08
Coke de pétrole, bitume de pétrole et autres résidus d'huiles ou bitumes	252.36	23.41	259.30	18.05	2.75
Coke et semi-coke de houille, de lignite ou de tourbe, charbon de cornue	163.87	15.20	112.42	7.83	-31.40
Préparation lubrifiantes	61.08	5.67	76.69	5.34	25.56
Houilles, briquettes, boulets et combustibles solides similaires de houille	10.02	0.93	9.34	0.65	-6.79
Autre importations	12.73	1.08	12.67	0.88	-0.47
total	1078.10	100	1436.23	100	33.22

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Dans ce groupe de produits, «Energie et lubrifiants», la quasi-totalité des produits importés concerne les huiles non brutes de pétrole ou minéraux bitumineux avec une part de 67.25%, suivie par les cokes de pétrole et les cokes et semi-cokes de houille, de lignite ou de tourbe, charbon de cornue avec 18.05%et 7.83%, respectivement en 2019.

Le reste des produits de ce groupe a de faibles proportions car sont moins importants que les premiers produits cités précédemment.

2.1.1.3. Les principaux produits importés du groupe produits bruts en 2018 et 2019 :

Tableau 8: les principaux produits importés du groupe produit brut

Unité : millions USD

Principaux produits	2018		2019		Evolution %
	valeur	struc%	Valeur	struc%	
Huile de soja et ses fractions, même raffinées, mais non chimiquement modifiées	582.84	30.67	606.21	30.31	4.01
Bios sciés ou débossés longitudinalement, tranchés ou déroulés	537.40	28.28	364.78	18.13	-32.12
Minerais de fer et leurs concentrés, y compris les pyrites de fer grillées	48.24	2.54	320.10	15.91	563.49
Graisses et huiles végétales et leurs fractions	138.99	7.31	120.55	5.99	-13.27
Arachides non grillées ni autrement cuites, même décortiquées ou concassées	79.31	4.17	72.10	3.58	-9.08
Autre importation	513.47	27.02	528.49	26.26	2.93
total	1900.25	100	2012.23	100	5.89

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Les produits bruts occupent la cinquième place dans la structure des importations Algériennes durant l'année 2019, les importations dudit groupe affichent une hausse de 5.89% durant 2019.

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Les baisses ont touché les bois sciés ou désossés longitudinalement, tranchés ou déroulés, les graisses et huiles animales ou végétales et les arachides non grillées, ni autrement cuites, même décortiquées ou concassées, avec des taux respectifs de, 32.12%, 13.27% et de 9.08%.

Les minerais de fer et leurs concentrés, y compris les pyrites de fer grillées, ont enregistré une hausse exceptionnelle de l'ordre de 563.49%, ces produits sont destinés à la production de l'acier.⁷⁶

2.1.1.4. Les principaux produits importés du groupe biens d'équipements agricoles :

Tableau 9: les principaux produits importés du groupe biens d'équipements agricoles

Unité : millions USD

Principaux produits	2018		2019		Evolution %
	valeur	struc%	valeur	struc%	
Tracteurs (à l'excusions des chariots-tracteurs de n°87.09)	266.16	47.13	221.24	48.34	-16.88
Autres machines agricoles, horticoles, sylvicoles, Avicoles, apicoles	66.47	11.77	71.04	15.52	6.87
Accessoires de tuyauterie, en fonte, fer ou acier	69.93	12.38	65.73	14.36	-6.00
Machines, appareils et engins pour la récolte ou le battage des produits agricoles	10.89	1.93	21.92	4.79	101.32

⁷⁶ www.douane.gov.dz consulte le 15/04/2020.

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Machines pour le nettoyage, le triage ou le criblage des grains ou des légumes secs	67.59	11.97	21.07	4.60	-68.83
Autres importations	83.72	14.82	56.71	12.39	-32.27
total	564.76	100	457.70	100	-18.96

Source : réaliser par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Les biens d'équipements agricoles occupent le dernier rang dans la structure des importations Algériennes, avec une part très faible de 1.09% en 2019, soit une baisse de 18.96% durant la même année.

Le groupe affiche des évolutions haussières par rapport à l'année précédente, touchant les machines, appareils et engins pour la récolte ou le battage des produits agricoles et autres machines agricoles avec les taux respectifs de, 101.32% et de 6.87%.

Les autres biens de ce groupe ont enregistré des baisses.

2.1.1.5. Les principaux produits importés du groupe demi-produits :

Tableau 11 : les principaux produits importés du groupe demi-produits

Unité : millions USD

	2018		2019		évolution%
	valeur	Struc %	Valeur	struc%	
Tubes, tuyaux et profilés creux, sans soudure, en fer ou en acier	637.11	5.81	1155.36	11.22	81.34
Demi-produits en fer ou en aciers non alliés	660.62	6.02	492.10	4.78	-25.51
Polymères de l'éthylène, sous formes	543.20	4.95	482.27	4.68	-11.22

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

primaires					
Polycétals, autres polyéthers et résines époxydes, sous formes primaires	423.06	3.86	395.24	3.84	-6.58
Constructions et parties de constructions, en fonte, fer ou acier	648.52	5.91	342.70	3.33	-47.16
Produits laminés plats à chaud en fer ou aciers non alliés, d'une largeur 600mm ou plus	258.97	2.36	295.35	2.87	14.05
Barres en fer ou en aciers non alliés, simplement forgées à chaud	187.23	1.71	230.31	2.24	23.01
Profilés en fer ou en aciers non alliés	259.72	2.37	208.22	2.02	-19.83
Autres plaques, feuilles, pellicules en matières plastiques	219.90	2.01	203.82	1.98	-7.31
Polymères de propylène ou d'autres oléfines, sous formes primaires	199.27	1.82	189.73	1.84	-4.78
Autre importations	6928.24	63.18	6302.42	61.20	-9.03
total	10965.84	100	10297.52	100	-6.09

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Le groupe d'utilisation demi-produits est un groupe aussi important dans la structure des importations Algériennes. Il représente une part de près d'un quart (1/4) des importations globales en 2019.

En termes d'évaluation, les hausses en 2019 ont concerné les tubes, tuyaux et profilés creux sans soudure, en fer ou en aciers avec 81.34%, les barres en fer ou en aciers non alliés de l'ordre de 23.01% , et les produits laminés plats à chaud, en fer ou en aciers non alliés avec une part de 14.05%.

D'un autre côté, les baisses concernent les constructions et parties de constructions de l'ordre de 47.16%, les demi-produits en fer ou en aciers non alliés avec un taux de 25.51%, les profilés en fer ou en aciers non alliés avec un taux de 19.83%, et les polymères de l'éthylène de l'ordre de 11.22%.

Les pourcentages de différents produits varient d'une année à une autre selon les besoins du marché national et selon l'offre et la demande, aussi selon les prix de chaque produit.

2.1.1.6. Les Principaux produits importés du groupe biens d'équipements industriels :

Tableau 10: les principaux produits importés du groupe biens d'équipements industriels

Unité : millions USD

Principaux produits	2018		2019		Evolution %
	valeur	struc%	valeur	struc%	
Voitures de tourisme et autres véhicules automobiles principalement conçus pour le transport des personnes	3017.89	18.31	1853.21	14.04	-38.59
Postes téléphoniques d'usagers, y compris les téléphones pour réseaux cellulaires et pour autre réseaux sans	1100.25	6.67	867.52	6.57	-21.15

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

fil					
Véhicules automobiles pour le transport de marchandises	679.60	4.12	682.11	5.17	0.37
Turboréacteurs, turbopropulseurs et autre turbines à gaz	550.81	3.34	468.85	3.55	-14.88
Articles de robinetterie pour tuyauteries, chaudières, cuves ou contenants similaires	473.22	2.87	378.46	2.87	-20.02
Pompes pour liquides même avec dispositif mesureur, élévateurs à liquides	364.20	2.21	354.34	2.68	-2.71
Machines et appareils mécaniques ayant une fonction propre	324.19	1.97	327.68	2.48	1.08
Pompes à air ou à vide, compresseurs d'air et d'autre gaz et ventilateurs, hottes aspirantes	307.71	1.87	282.27	2.14	-8.27
Centrifugeuses, y compris les essoreuses centrifuges, appareils pour la filtration ou l'épuration des liquides ou des gaz	361.25	2.19	265.81	2.01	-26.42
Machines à laver la vaisselle, à nettoyer ou à sécher les bouteilles	319.31	1.94	265.03	2.01	-17.00

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

ou autres récipients, à empaqueter ou à emballer les marchandises					
Autres importations	8987.54	54.52	7457.13	56.48	-17.03
total		100	13202.40	100	-19.92

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Les biens d'équipements industriels occupent le premier rang dans la structure des importations Algériennes pour aider les secteurs industriels locales et améliorer la productivité de ces derniers.

Le groupe biens d'équipements industriels constitués essentiellement de voitures de trismes et autres véhicules automobiles principalement conçus pour le transport des personnes, des postes téléphoniques d'usagers, des véhicules automobiles pour le transport de marchandises et des turboréacteurs turbopropulseurs et autres turbines à gaz avec des parts respectives de, 14.04%, 6.57%, 5.17%, et de 3.55% pendant 2019.

Le reste des produits de ce groupe enregistre des baisses, respectives, de l'ordre de 38.59% au cours de l'année 2019.

2.1.1.7 Les principaux produits importés du groupe biens de consommations non-alimentaires :

Tableau 11: les principaux produits importés du groupe biens de consommation non alimentaires

Unité : millions USD

Principaux produits	2018		2019		évolution
	valeur	struc	valeur	struc	
Médicaments pour la vente au détail	1244.29	18.40	1134.99	17.58	-8.78

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Sang humain à l'animal	546.45	8.08	522.08	8.09	-4.46
Parties et accessoires des véhicules automobiles	374.88	5.54	385.43	5.97	2.81
Tissus de fils de synthétiques, tissus de produits du 5404	184.55	2.73	213.69	3.31	15.79
Autres médicaments	163.68	2.42	176.11	2.73	7.59
Réfrigérateurs, congélateurs conservateurs et autres matériels, machines et appareils pour la production du froid	247.33	3.66	151.33	2.34	-38.82
Pneumatiques neufs en caoutchouc	147.03	2.017	126.96	1.97	-13.65
Autres importations	3853.50	56.99	3745.18	58.01	-2.81
Total	6761.71	100	6455.77	100	-4.52

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Les biens de consommations non alimentaires occupent le quatrième rang dans la structure des importations Algériennes pour l'année 2019. Ils sont considérés comme étant les biens les plus importés.

En terme d'évolution, la baisse a concerné essentiellement les réfrigérateurs; congélateurs-conservateurs, les médicaments pour la vente au détail, et le sang humain ou animal avec les taux de 38.82%, 8.78 % et 4.46%, respectivement.

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Les hausses en comparaison avec l'année 2018 ont concerné les tissus de fils de filaments sonothèques, les autres médicaments et les parties et accessoires des véhicules automobiles, avec les taux respectifs de, 15.79, %7.59 %et 2.81 %.

Toujours, on dit que ces valeurs et taux varient en fonction de l'offre et de la demande et beaucoup d'autres motifs.

2.1.2.Les importations Algériennes en % par région économique 2010-2019 :

Tableau 12: les importations Algériennes par région économique 2010-2019

Unité : %

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Union européenne	51.16	52.10	52.27	52.11	50.67	49.21	47.72	44.03	45.67	53.40
O.C.D.E(hors U.E)	16.11	13.16	12.23	12.69	14.40	14.28	13.27	12.93	12.64	-
Autres pays d'europe	0.96	1.23	3.28	2.21	1.51	2.37	1.99	4.16	3.34	-
Amerique du sud	5.88	8.32	7.13	6.32	6.51	5.47	6.07	6.98	7.68	13.44
Asia	20.46	18.78	18.93	19.32	21.54	22.97	24.87	26.86	25.02	29.04
Oceanie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.93
Pays arabes (hors U.M.A)	3.12	3.73	3.09	4.40	3.35	3.71	4.09	3.35	4.12	-
Pays du Maghreb arabe	1.34	1.46	1.60	1.87	1.26	1.31	1.49	1.28	1.18	-

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

(U.M.A)										
Pays d'Afrique	0.98	1.22	1.47	1.09	0.75	0.68	0.51	0.40	0.36	3.19
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

2.1.3. Les importations Algériennes par région économique en millions USD 2010-2019 :

Tableau 13: les importations Algériennes par région économique en million USD 2010-2019

Unité : millions USD

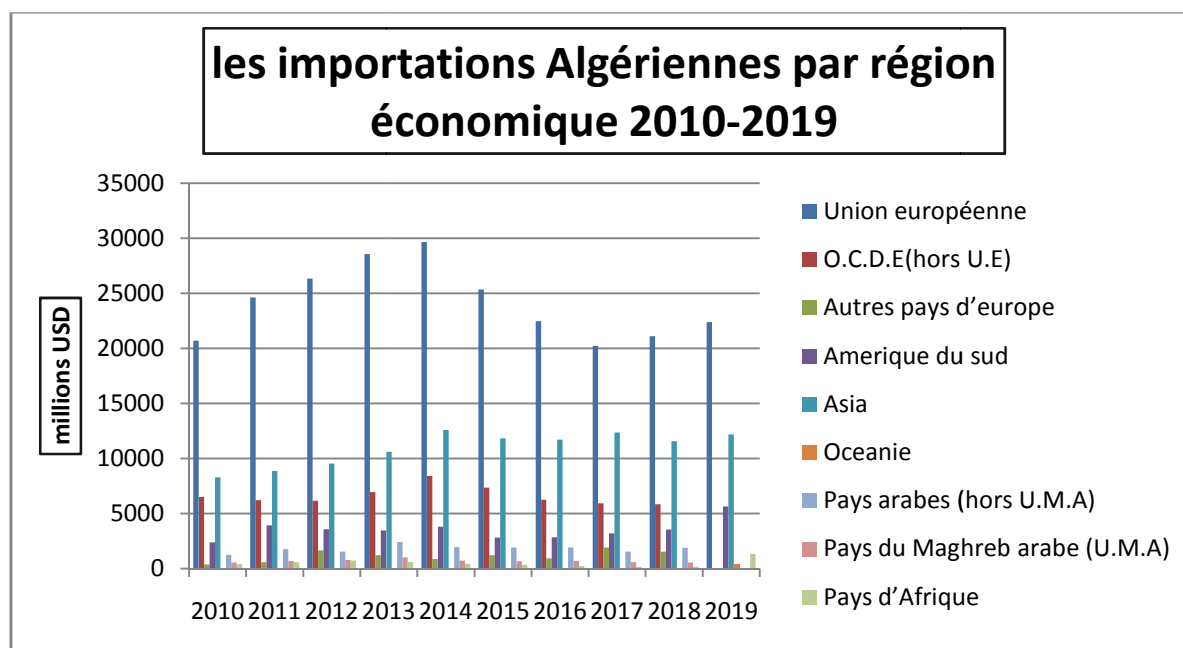
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Union européenne	20704	24616	26333	28582	29684	25344	22472	20236	21099	22392.78
O.C.D.E(hors U.E)	6519	6219	6160	6958	8436	7353	6249	5942	5837	-
Autres pays d'Europe	388	579	1652	1213	886	1220	936	1910	1542	-
Amerique du sud	2380	3931	3590	3468	3815	2818	2857	3209	3546	5635.46
Asia	8280	8873	9538	10596	12619	11830	11709	12345	11557	12176.58
Océanie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	389.73

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Pays arabes (hors U.M.A)	1262	1760	1555	2416	1962	1912	1927	1541	1904	-
Pays du Maghreb arabe (U.M.A)	544	691	807	1023	738	674	701	588	546	-
Pays d'Afrique	396	578	741	596	440	350	238	186	166	1339.57
Total	40473	47247	50376	54852	58580	51501	47089	45957	46197	41934.12

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Figure 15: les importations Algériennes par région économique 2010-2019



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

A partir des tableaux 15, 16 et le graphique 16, on obtient les résultats suivants :

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

-les pays de l'Union Européenne sont les principaux partenaires de l'Algérie. A l'intérieur de cette région, on peut voir que nos principaux fournisseurs sont : la France suivie par l'Italie et l'Espagne.

-les pays de l'OCDE (hors UE) sont dans la deuxième position. Ils sont considérés les deuxièmes partenaires de l'Algérie comme la Chine.

- les autres régions marquées ont toujours de faibles proportions, comme l'Océanie et les pays d'Afriques.

2.1.4. Classification des principaux pays fournisseurs de l'Algérie en 2019 :

Tableau 14: les principaux fournisseurs de l'Algérie 2019

Unité : millions USD

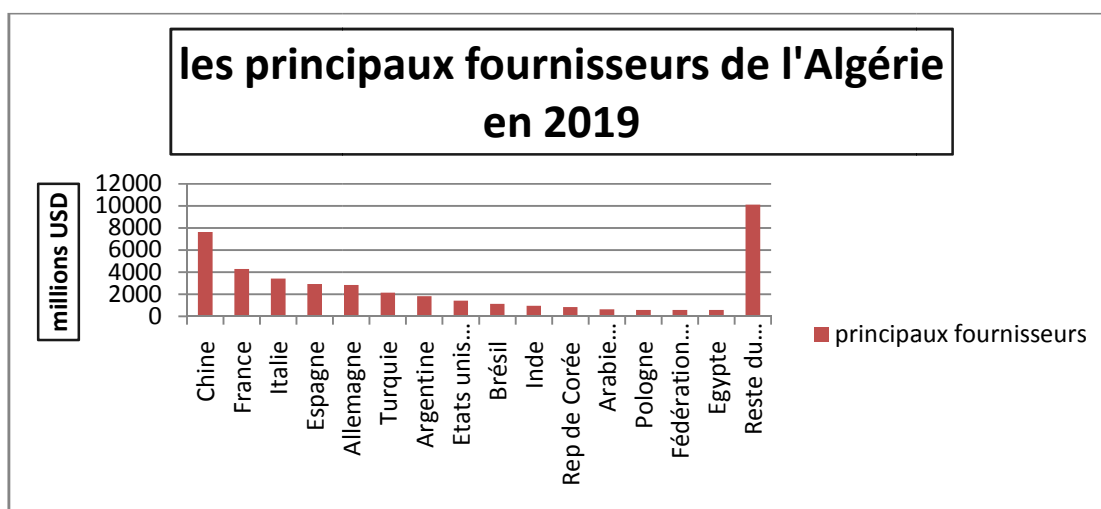
Principaux fournisseurs	Valeur	structure%
Chine	7654.26	18.25
France	4278.37	10.20
Italie	3410.14	8.13
Espagne	2929.56	6.99
Allemagne	2833.30	6.76
Turquie	2141.10	5.11
Argentine	1812.59	4.32
Etats unis d'Amérique	1418.66	3.38
Brésil	1136.21	2.71
Inde	968.70	2.31
Rep de Corée	842.25	2.01
Arabie saoudite	625.41	1.49
Pologne	590.74	1.41

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Fédération de Russie	587.73	1.40
Egypte	584.28	1.39
Reste du monde	10120.81	24.14
Total général	41934.12	100

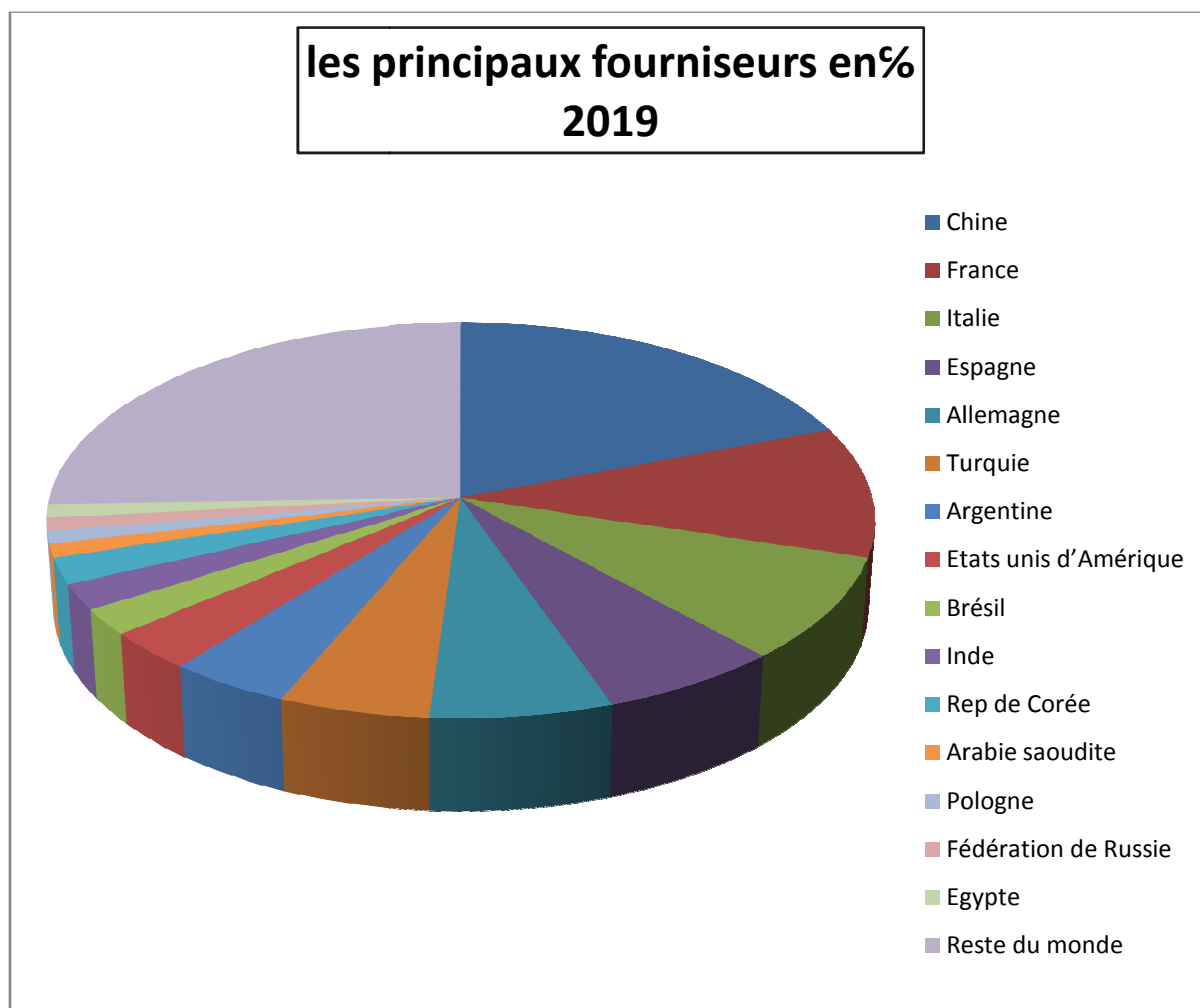
Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Figure 16: les principaux fournisseurs de l'Algérie en 2019



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Figure 17: les principaux fournisseurs de l'Algérie en 2019(%)



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

La chine est le premier fournisseur de l'Algérie avec une part de 18.25%, vu que le volume des importations provenant de ce pays est important. Suivie par la France, l'Italie, l'Espagne et l'Allemagne avec des parts de 10.20%, 8.13%, 6.99% et 6.76 %, respectivement.

D'une autre part, on dit que les dix premiers fournisseurs de l'Algérie sont les mêmes pendant plus de 5 ans, alors il existe une certaine stabilité.

2.2. Etudes des exportations :

2.2.1. L'évolution des exportations Algériennes de 2010 à 2019 :

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Tableau 15 : les exportations Algériennes de 2010 à 2019

Unité : millions USD

	2010		2011		2012		2013		2014	
	valeur	struc	valeur	struc	valeur	struc	valeur	struc	valeur	struc
Alimentations	310	0.55	355	0.48	315	0.44	402	0.61	323	0.51
Energie et lubrifiants	55527	97.33	71427	97.19	69804	97.13	63752	96.72	60304	95.89
Produits bruts	94	0.17	161	0.22	168	0.23	109	0.17	109	0.18
Demi-produits	1056	1.85	1496	2.04	1527	2.12	1610	2.44	2121	3.37
Biens d'équipements agricoles	1	-	-	-	1	-	-	-	2	-
Biens d'équipements industriels	30	0.05	35	0.05	32	0.04	27	0.04	16	0.03
Biens de consommation non alimentaires	30	0.05	15	0.02	19	0.03	17	0.03	11	0.02
total	57053	100	73489	100	71866	100	65917	100	62886	100

Suite de tableau N°17

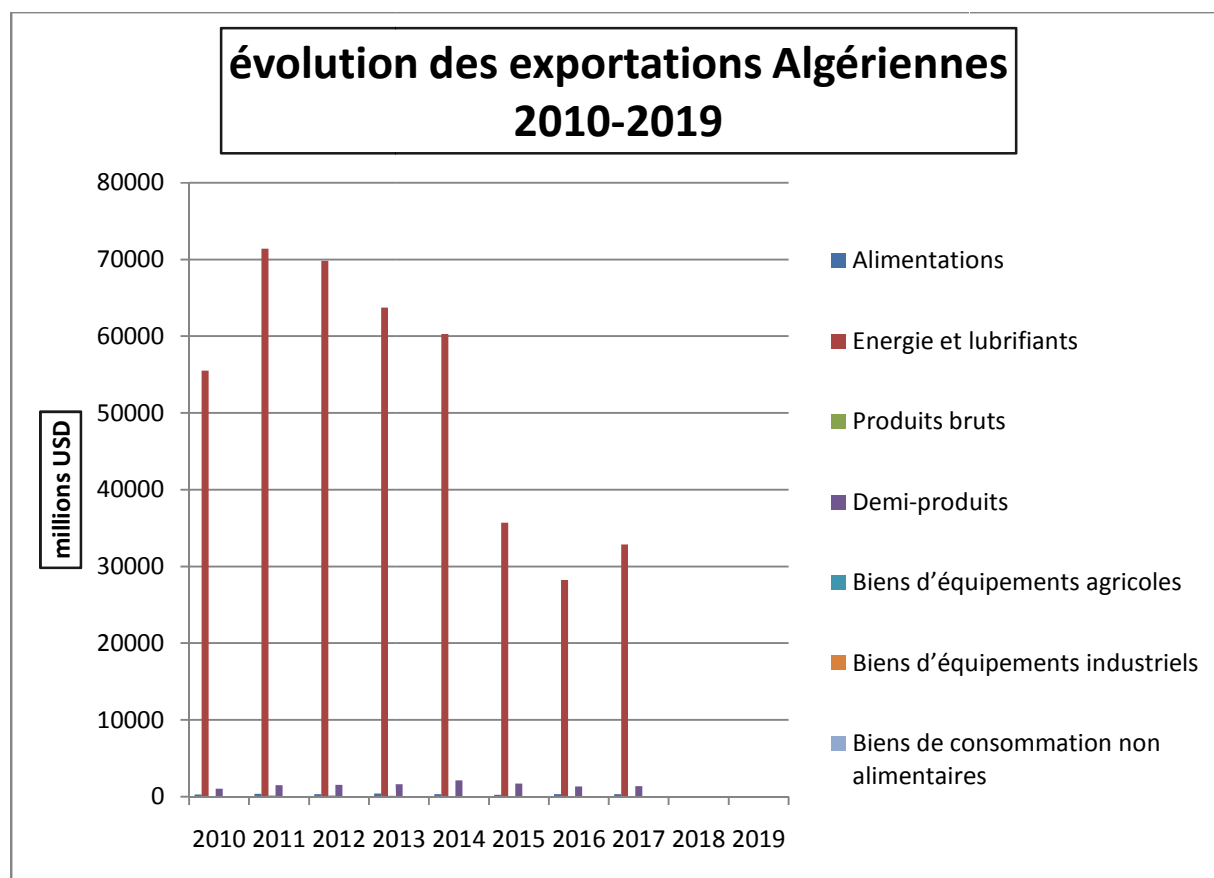
	2015		2016		2017		2018		2019	
	valeur	struc	valeur	struc	valeur	struc	Valeur	struc	Valeur	struc
Alimentations	234	0.62	327	1.09	348	1.00	373.77	0.89	407.86	1.14

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Energie et lubrifiants	35724	94.54	28221	93.99	32864	94.54	38871.75	93.00	33243.17	92.80
Produits bruts	106	0.28	84	0.28	73	0.21	92.39	0.22	95.95	0.27
Demi-produits	1693	4.48	1321	4.40	1384	3.98	2335.58	5.59	1956.92	5.49
Biens d'équipements agricoles	1	-	-	-	0.26	-	0.31	0.001	0.25	0.001
Biens d'équipements industriels	18	0.05	54	0.18	74	0.21	90.10	0.22	82.97	0.23
Biens de consommation non alimentaires	11	0.03	19	0.06	20	0.06	33.42	0.08	36.42	0.10
total	37787	100	30026	100	34763	100	41797.32	100	35823.54	100

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Figure 18 : les exportations Algériennes 2010-2019



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Pour les exportations Algériennes, on trouve les biens d'énergie et lubrifiants dans la première position avec une part de plus de 90% sur toute la période. Elle atteint 97.33% des exportations Algériennes en 2010, c'est la plus grande part dans cette période étudiée (2010-2019).

Dans la deuxième position, on trouve les demi-produits avec une part qui ne dépasse pas les 10% du total des exportations Algériennes, suivie par les autres produits (produits alimentaires, produits bruts, biens d'équipements et biens de consommations non alimentaires) avec une part qui ne dépasse pas les 3% du total des exportations Algériennes.

D'une manière générale, les exportations Algériennes dépendent totalement des hydrocarbures, et que les exportations hors hydrocarbures restent toujours marginales.

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

2.2.1.1. La décomposition des exportations Algériennes 2018-2019 :

Tableau 16: la décomposition des exportations Algériennes 2018-2019

Unité : millions USD

Les exportations	2018		2019		évolution
	valeur	struc	valeur	struc	
Produits hydrocarbures	38871.75	93.00	33243.17	92.80	-14.48
Produits hors hydrocarbures	2925.56	7.00	2580.37	7.20	-11.80
total	41797.32	100	35823.54	100	-14.29

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

D'après le tableau N° 18, il est clair que l'économie nationale compte sur les hydrocarbures et leurs prix sur les marchés mondiaux, c'est avec une forte dépendance aux hydrocarbures, qui fait de l'économie nationale une économie rentier depuis plusieurs années.

En 2019, les exportations globales ont marqué un repli de 14.48%, les hydrocarbures marquent une baisse non négligeable de 14.48% par rapport à l'année 2018 et les exportations hors hydrocarbures restent toujours marginales. Elles ont enregistré une baisse de 11.80% par rapport à 2018.

Le décroissement des exportations Algériennes en 2019 peut être à cause des derniers événements que l'Algérien a connu.

2.2.1.2. Les principaux produits hors hydrocarbures exportés en 2018 et 2019 :

Tableau 17: les principaux produits hors hydrocarbures exportés en 2018 et 2019

Unité : millions USD

Principaux produits	2018		2019		évolution
	Valeur	struc	valeur	struc	
Engrais minéraux ou	948.30	32.41	801.26	31.05	-15.51

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

chimiques azotés					
Huiles et autres produits provenant de la distillation des goudrons de houille de haute température	661.48	22.61	502.28	19.47	-24.07
Ammoniac anhydre ou en solution aqueuse	459.51	15.71	298.59	11.57	-35.02
Sucres de canne ou de betterave et saccharose chimiquement pur à l'état solide	233.29	7.97	260.17	10.08	11.52
Phosphates de calcium naturels	50.95	1.74	68.61	2.66	34.64
Barres en fer ou en aciers non alliés simplement forgées à chaud	0.00	0.00	67.80	2.63	-
Dattes, figues, ananas, avocats, Goyaves, mangues et mangoustans, frais ou secs	64.85	2.22	63.796	2.47	-1.63
Ciments hydrauliques même colorés	25.16	0.86	60.68	2.35	141.19
Hydrogène, gaz rares et autres éléments non métalliques	40.33	1.38	55.32	2.14	37.17

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Produits laminés plats à chaud en fer ou aciers non alliés	33.65	1.15	28.10	1.09	-16.48
Autres exportations	408.03	13.95	373.77	14.48	-8.40
total	2925.56	100	2580.37	100	-11.80

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Les exportations hors hydrocarbures restent depuis l'indépendance à nous jours marginalistes.

D'après le tableau N°19, pour les produits exportés hors hydrocarbures au titre de l'année 2019, on trouve des produits qui ont enregistré des hausses comme Ciments hydrauliques, même colorés avec un taux de 141.19%, les phosphates de calcium naturels avec un taux de 34.64% ,Hydrogène,gaz rares et autres éléments non métalliques, et sucres de canne ou de betterave avec des taux 37.17% et 11.52%, respectivement.

Concernant les baisses, sont pour les engrais minéraux ou chimiques azotés, huiles et autres produits provenant de la distillation des goudrons de houille de haute température, ammoniac anhydre ou en solution aqueuse et autres exportations.

2.2.2. Les exportations Algériennes en% par région économique 2010-2019 :

Tableau 18 : les exportations Algériennes par région économique 2010-2019

Unité : %

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Union européenne	49.09	50.77	55.38	64.89	64.21	68.28	57.35	58.37	57.46	63.69
O.C.D.E(hors U.E)	35.54	32.74	27.87	18.51	16.45	14.36	23.13	18.69	16.88	-
Autres pays d'europe	0.02	0.14	0.05	0.08	0.16	0.10	0.27	0.18	0.10	-

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Amerique du sud	4.59	5.81	5.88	4.50	5.06	4.17	6.47	7.11	6.46	10.84
Asia	7.15	7.03	6.52	6.43	8.05	6.78	7.32	9.55	13.00	17.93
Oceania	-	-	-	-	-	0.15	-	-	-	1.48
Pays arabes (hors U.M.A)	1.22	1.10	1.33	1.32	1.03	1.66	1.39	2.15	1.73	-
Pays du Maghreb arabe (U.M.A)	2.25	2.16	2.88	4.17	4.87	4.25	3.91	3.65	4.05	-
Pays d'Afrique	0.14	0.20	0.09	0.10	0.17	0.24	0.17	0.29	0.32	6.06
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

2.2.3. Les exportations Algériennes par région économique en millions USD

2010-2019 :

Tableau 19: les exportations Algériennes par région économique en millions USD 2010-2019

Unité : millions USD

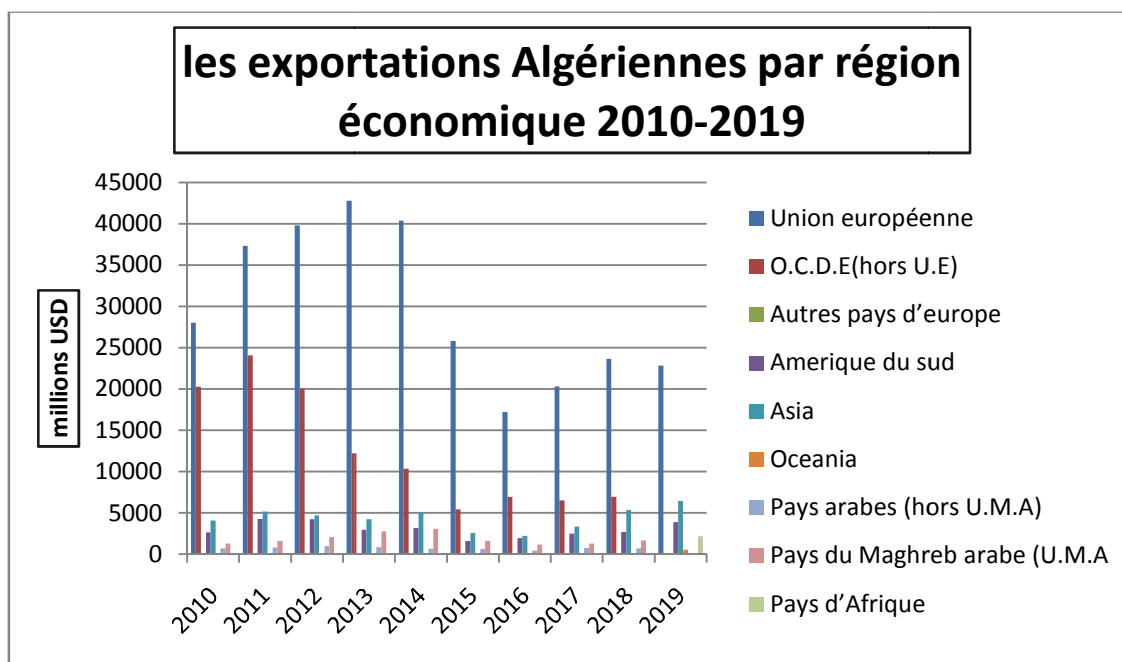
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Union européenne	28009	37307	39797	42773	40378	25801	17221	20291	23654	22814.44

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

O.C.D.E(hors U.E)	20278	24059	20029	12202	10344	5428	6945	6496	6950	-
Autres pays d'europe	10	102	36	51	98	37	80	63	40	-
Amerique du sud	2620	4270	4228	2965	3183	1575	1943	2473	2660	3884.09
Asia	4082	5168	4683	4241	5060	2562	2197	3321	5351	6424.16
Oceania	-	41	-	-	-	57	-	-	-	531.20
Pays arabes (hors U.M.A)	694	810	958	869	648	628	416	749	712	-
Pays du Maghreb arabe (U.M.A)	1281	1586	2073	2749	3065	1607	1173	1268	1669	-
Pays d'Afrique	79	146	62	67	110	92	51	102	132	2169.65
Total	57053	73489	71866	65917	62886	37787	30026	34763	41168	35823.54

Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Figure 19 : les exportations Algériennes par région économique 2010-2019



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

C'est la même chose que les importations, on dit que les pays de l'Union Européenne sont les principaux partenaires de l'Algérie. A l'intérieur de cette région, on peut voir que nos principaux fournisseurs sont la France suivie par l'Italie et l'Espagne.

Dans la deuxième position, on trouve les pays de l'OCDE (hors UE), les autres régions ont marqué toujours de faibles proportions comme l'Océanie et les pays d'Afriques.

2.2.4. Classification des principaux pays clients de l'Algérie en 2019 :

Tableau 20: les principaux clients de l'Algérie en 2019

Unité : millions USD

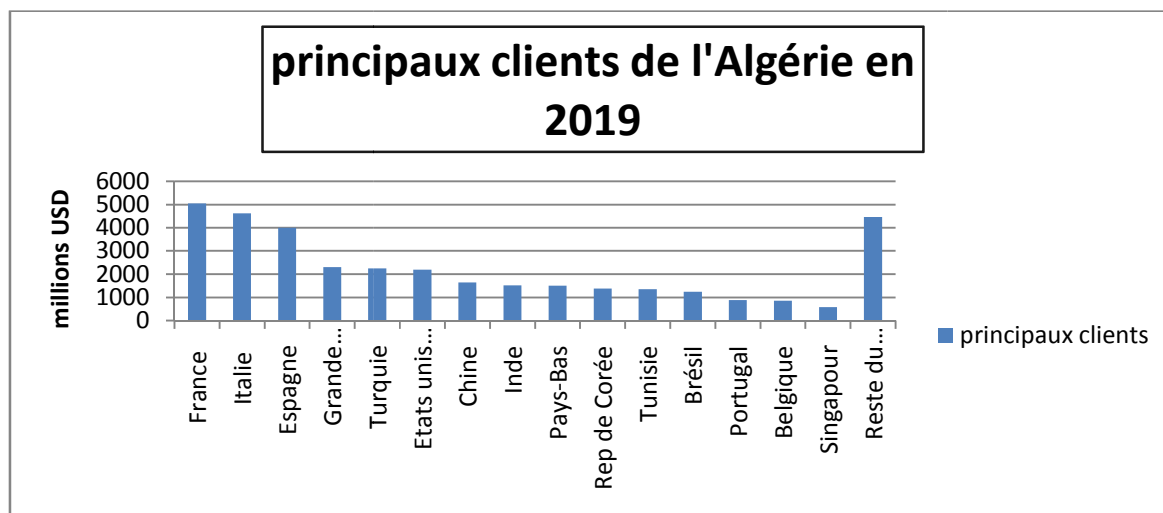
Principaux clients	valeur	structure%
France	5053.50	14.11
Italie	4621.53	12.90
Espagne	3995.38	11.15
Grande Bretagne	2299.73	6.42
Turquie	2246.97	6.27

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Etats unis d'Amérique	2193.67	6.12
Chine	1639.95	4.58
Inde	1520.30	4.24
Pays-Bas	1504.29	4.20
Rep de Corée	1374.27	3.84
Tunisie	1350.82	3.77
Brésil	1242.58	3.47
Portugal	884.03	2.47
Belgique	856.96	2.39
Singapour	575.27	1.61
Reste du monde	4464.31	12.46
Total général	35823.54	100

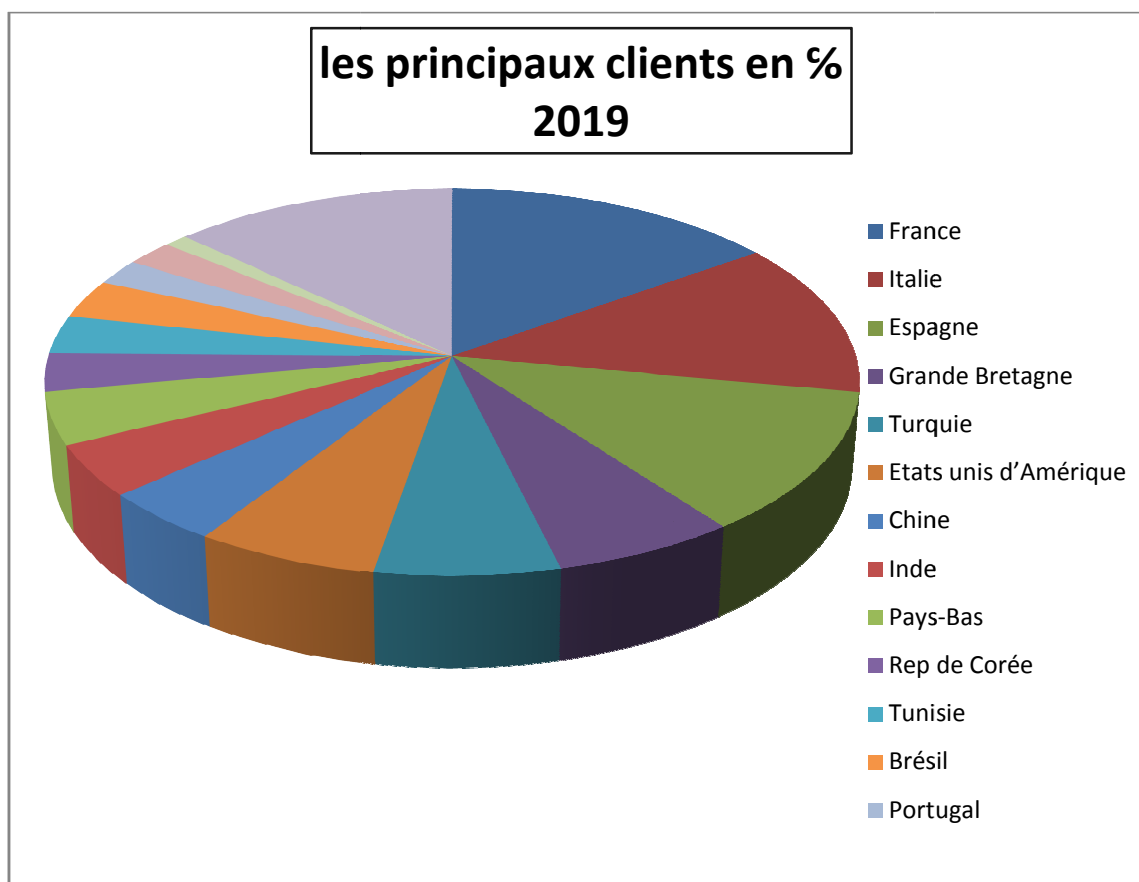
Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Figure 20: les principaux clients de l'Algérie en 2019



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

Figure 21: les principaux clients de l'Algérie en 2019(%)



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la direction générale des douanes

La France est le premier client de l'Algérie avec une part de 14.11%, vu l'importance du volume des exportations entre les deux pays.

Dans un deuxième lieu, on trouve l'Italie avec une part aussi importante de 12.90%, suivie par l'Espagne, la grande Bretagne et la Turquie avec des 11.15%, 6.42% et 6.27%, respectivement.

2.3. L'évolution du taux de change du dinar Algérien :

Tableau 21 : l'évolution du taux de change du dinar Algérien 2010-2019

Unité : millions

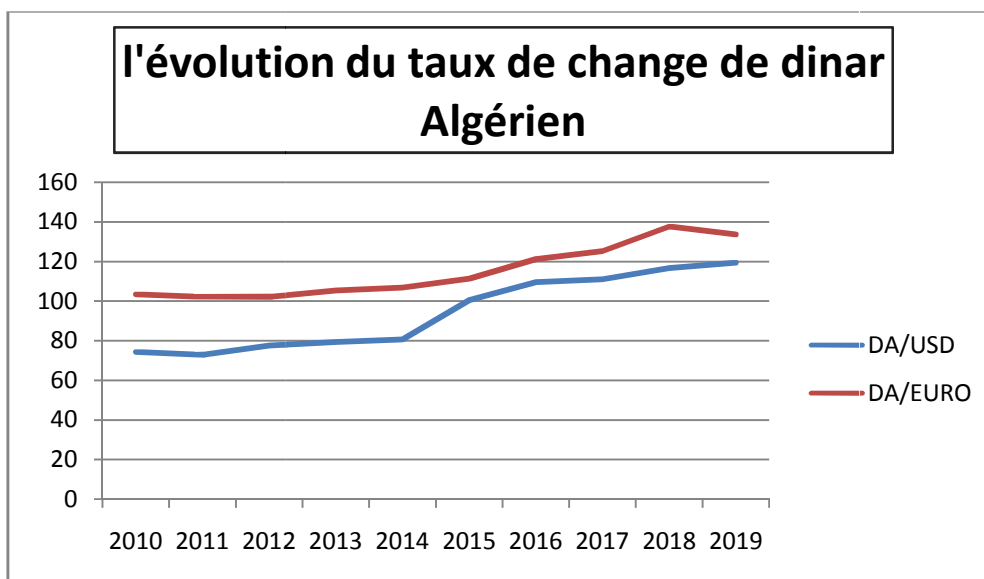
Année	DA/USD	DA/EURO
2010	74.3199	103.4953

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

2011	72.8537	102.2154
2012	77.5519	102.1627
2013	79.3809	105.4374
2014	80.56	106.91
2015	100.46	111.44
2016	109.47	121.18
2017	110.96	125.32
2018	116.62	137.69
2019	119.36	133.71

Source : banque d'Algérie

Figure 22: l'évolution du taux de change de dinar Algérien 2010-2019



Source : réalisé par nous-mêmes à partir des données de la banque d'Algérie

A partir du tableau et graphique précédent, on peut déduire que l'évolution du taux de change du dinar Algérien contre le dollar et l'euro varient presque dans le même sens sur la période étudiée (2010-2019).

Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien

Le coût moyen annuel du dinar contre le dollar américain a connu une dépréciation de 2.35%, le taux de change moyen du dinar Algérien contre le dollar américain établi à 119.36 USD/DA en 2019 contre 116.62 USD/DA en 2018.

Le coût de change annuel moyen du dinar contre l'euro est passé de 137.69 EUR/DA, en 2018, à 133.71 EUR/DA, en 2019.

Conclusion :

Au terme de ce chapitre, nous concluons qu'à partir des statistiques relatives au commerce extérieur Algérien, qu'il existe une certaine progression des échanges extérieurs, notamment les exportations des hydrocarbures qui représentent une part importante et sont aussi considérées comme une ressource de devise et un générateur de revenu à la fois.

D'un autre côté, les importations Algériennes sont plus diversifiées que les exportations. Cette diversification permet d'enrichir le marché national de plusieurs produits contribuant au développement de l'économie Algérienne. Pour chaque année, il ya plusieurs produits qui rentrent en figure et d'autres qui sortent selon les besoins du marché national.

Conclusion générale

Conclusion générale

Le commerce extérieur joue un rôle très important dans l'économie d'un pays pour permettre son ouverture à l'extérieur à travers les relations commerciales avec l'étranger.

Le changement de la structure du commerce international, du commerce des produits primaires au commerce des produits manufacturés et des produits de hautes technologies, a incité les pays à se soustraire de leurs dépendances aux ressources naturelles. Ils cherchent d'autres avantages comparatifs dans les produits les plus échangeables sur le marché mondial.

Dans ce cadre, l'Algérie a engagé des réformes économiques par la libéralisation du commerce extérieur, la conclusion des accords d'association est l'adhésion aux différentes organisations internationales. Ces réformes ont mis en place un cadre réglementaire nouveau visant avec l'introduction de quelques assouplissements dans la réglementation des échanges tout en préservant les attributions comme régulateur de l'économie.

De ce fait, l'Etat Algérien a pris quelques mesures visant à la création des organismes et institutions chargés de la promotion du commerce extérieur. S'ajoutent à ces mesures, les accords commerciaux qu'a signés l'Algérie dans le but de promouvoir le commerce extérieur. Parmi ces accords, on cite la signature des accords d'association avec l'Union Européenne, l'adhésion de la zone arabe de libre échange l'Algérie à l'OMC, et la mise en place d'un généralisé de préférences commerciales avec les USA, où les objectifs de ces accords se représentent comme suit :

- Fournir un cadre approprié au dialogue politique entre les parties, afin de permettre le renforcement de leurs relations et leurs coopérations dans tous les domaines qu'elles estimeront pertinentes;
- Développer les échanges, assurer l'essor des relations économiques et sociales équilibrées entre les parties et fixer les conditions de la libéralisation progressive des échanges de biens et de capitaux;
- Favoriser les échanges humains, notamment dans le cadre des procédures administratives;

Conclusion générale

- Promouvoir la coopération dans les domaines économiques, social, culturel et financière;
- Encourager l'intégration maghrébine, en favorisant les échanges la coopération entre celui-ci et la communauté européenne et ses états membres.

Ce travail est réalisé pour étudier l'évolution du commerce extérieurs Algériens depuis l'indépendance jusqu'à 2019. A partir des statistiques relatives au commerce extérieur Algérien, nous avons remarqué qu'il existe une certaine progression des échanges extérieurs, notamment les exportations des hydrocarbures qui présentent une part importante et considèrent comme une ressource de devise et un générateur de revenu à la fois. Cette situation est significative de la faible compétitivité des produits Algériens sur le marché international. Les produits Algériens ne disposent pas de compétitivité. Seuls quelques produits sont compétitifs, il s'agit de produits primaire ou à forte intensité en travail pour lesquels l'Algérie dispose d'avantages comparatifs en ressources naturelles et en coûts de mains d'œuvres.

D'autre part, les importations Algériennes sont plus diversifiées que les exportations. Cette diversification permet d'enrichir le marché national de plusieurs produits contribuant au développement de l'économie Algérienne. Chaque année il ya plusieurs produits qui rentrent en figure et d'autres qui quittent selon les besoins du marché national.

Tout au long de ce travail, nous avons tenté que l'état Algérien a mis en place différentes mesures d'appui et d'aide à l'international visant à promouvoir des opérations échanges extérieurs, nous permet de confirmer que l'aide de l'état reste insuffisant.

Une situation qui pourrait s'améliorer en mettant à la disposition des promoteurs des idées de projets, des sites et des études de rentabilité, notamment dans les domaines à fort potentiel de développement comme la pétrochimie, l'industrie du verre, le tourisme, l'agriculture.....etc. Pour y parvenir, les pouvoirs publics doivent renforcer le rôle exportateur du secteur industriel en augmentant la capacité de production et en créant de nouvelles opportunités d'exportation.

Aussi, il serait opportun de promouvoir le secteur marketing en termes d'emballages, ciblage afin de parvenir à la concurrence.

Bibliographie

Ouvrages :

- A.HARRISSON et alii, « Business international et mondialisation », E adition De Boeck, 2004.
- BENISSAD. H. (1991) « La réforme économique en Algérie ou l'indicible ajustement structurel », OPU. Alger.
- BERTRAND Nezeys «commerce international croissance et developpement » editioneconomica mai1990 paris.
- DAHMANI. A. (1999) «L'Algérie à l'épreuve : économie politique des réformes (1980-1997)». L'Harmattan. Paris.
- David Ricardo «Des principes de l'économie politique et de l'impôt», 1817-1821.
- De Melo. J, Grether J-M, « Commerce international : théories et applications », Ed de Boeck, Paris, 1997.
- FIGLIUZZI. A, « Economie international : faits-théories-débats contemporains », Ed Ellipses, Paris, 2006.
- GUILLOCHON.B, KAWECKI. A, «Economie international», Ed Dunod, Paris, 2003.
- James Emile. «Histoire sommaire de la pensée économique», Paris. Ed. Montchrestien, 1969.
- Hans –Albrecht SCHRAEPLER, « organisations internationales et européennes », Edition Economica, 1995.
- LUC Bernet ROUANDE : principes de techniques bancaires. Edition DUNOD, Paris,2002.
- Oukasi Kamel, kharbachi Hamid, « intégration des économies magrébine et partenariat euro-medeterranéen, état des lieux », Bejaia, ouvrage collectif 2010.
- RAINELL.M, « Le commerce international », Editions la Découverte, Paris, 1997.

Bibliographie

-Samuelson Alain, «Les grands courants de la pensée économique». Alger. OPU.1993.

Sites web

www.algex.dz

<https://www.bank-of-algeria.dz>

www.cagex.dz

[https:// www.commerce.gov.dz](https://www.commerce.gov.dz)

[Https://www.cours-gratuit.com](https://www.cours-gratuit.com)

www.douane.gov.dz

[Htt://egsh.ensf.fr](http://egsh.ensf.fr)

www.glossaire-international.com

<https://www.memoireonline.com>

www.safex.dz

Mémoire et thèses

- Alili Katia et AMRI Amel « Etude des exportations hors hydrocarbures en Algérie : cas de la wilaya de Bejaia », Mémoire de fin études pour l'obtention du diplôme de master En fiance et commerce international, Université De Bejaia, promotion juin 2013.

-Alillou Farida et Allouti Rachida, «la politique commerciale de l'Algérie : cas du partenariat Algérie-UE », Université de Bejaia, promotion 2012-2013.

-Aniche née KhouiderFethia, « Essai d'analyse de la contribution du commerce extérieur a la croissance économique », Mémoire de magistère en science économiques, Option Economie et Finance Internationales, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, année 1014

Bibliographie

-Brahmi Souad, « La libéralisation du commerce extérieur et impératifs de L'OMC avec référence au cas de l'Algérie », Mémoire de Magister en Science Economique, option Economie international, Université D'Oran, année 2010-2011.

-DekkicheJamel, « L'impact de l'ouverture sur la croissance économique de l'Algérie », Mémoire de Magister en économie, Option Economie de développement, Université D'Oran Es-Senia, année 2012-2013.

.

-Hachemi N, « Impact prévisible de l'intégration de l'Algérie à la zone de libre-échange Union Européenne et Organisation Mondiale du Commerce sur la filière huile alimentaire » institut National Agronomique -EL HARRACH, mémoire de magister en science agronomiques, Alger, 2007.

-HamisHacen et Halladj Mokrane « présentation des procédures réglementaire Exige d'une opération d'importation, cas : ENIEM OUED AISSI », Mémoire de Master en Science Commercial, Option finance et commerce international, Université mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, promotion 2017-2018.

-Mrkeddam Abdelhakim et Mr Kaci Rabah, « le financement des exportations hors hydrocarbure en Algérie : cas d'une opération d'exportation aux niveaux de l'AHB Alger », Mémoire de Master en Science Commercial, Option Fiance et Commerce International, Université mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, promotion 2017-2018.

-Mehdi A, « L'Algérie à l'ombre de l'OMC », Centre inter entreprise de formation administrative et comptabilité Algérie, Alger, 2008.

-MekrezHassiba et Merar Cecilia, « Essai d'analyse la politique aux soutiens des exportations hors hydrocarbure en Algérie », Mémoire de fin de Cycle Pour l'obtention du diplôme de Master en Science Commerciales, Option Finance et Commerce International, Université De Bejaia, promotion 2014-2015.

- MERZOUK Samira et Mr HAMITI Zahir « Contribution des PME algériennes au commerce extérieur Etude de cas de la wilaya de Bejaia », Mémoire préparé pour

Bibliographie

l'obtention du diplôme de Master, Option: Finance et commerce international, Université de Bejaia, promotion juin 2013.

-OUARET Ade let TOUATI Hafid, «le rôle de transit dans le commerce extérieur cas procédure de dédouanement à l'importation agence de transit MTA », pour l'obtention du diplôme du master en science commerciale, université de Bejaia promotion 2015-2016.

Dictionnaires

CAPUL. J-Y et Olivier Garnier, «Dictionnaire d'économie et de sciences sociales», Ed Hatier, Paris, 2002.

Articles, Revues, Rapports

-ABDELMALKI.L et TROTIGNON.J, «Echanges commerciaux nord-sud et croissance économique», revue région et développement n°14-2001.

-Rarbet P, Souam S et Talahi F, « impact de l'accord d'association en Algérie : une première mesure », revue d'économie appliqué cahiers du cread, 2009.

- ALGEX. (2012). « Rapport de conjoncture du secteur du commerce au titre de l'année 2012 », www.algex.dz.

Lois et textes législatifs

-Article 13 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.

-Article 50 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.

-Article 138 du code des impôts et taxes assimilées modifié par l'article 06 de loi de finances pour 2006.

-Article 220-3 du code des impôts directs et taxes assimilées.

-Article 42-2 du code des taxes sur le chiffre d'affaires.

-L'ordonnance 74-12 du 30 janvier 1974.

Liste des tableaux

Liste des tableaux :

Tableau 1: les couts unitaires de production du drap et du vin	23
Tableau 2: l'évolution des échanges extérieurs algériens de 1963 à 1978.....	77
Tableau 3: l'évolution des échanges extérieurs algériens de 1979 à1988.....	80
Tableau 4: l'évolution des échanges extérieurs algériens de 1989 à 1999.....	82
Tableau 5: l'évolution des echange extérieurs algériens de 2000 à 2019.	85
Tableau 6: les importations algériennes de 2010 à 2019.....	88
Tableau 7 : les principaux produits importe du groupe bien d'alimentation2019.....	91
Tableau 8: les principaux produits importe du groupe énergie et lubrifiant.	93
Tableau 9: les principaux produits importe du groupe produit brut.	94
Tableau 10: les principaux produits importe du groupe biens d'équipements agricoles.....	95
Tableau 11: les principaux produits importe du groupe demi-produits.....	96
Tableau 12: les principaux produits importe du groupe biens d'équipements industrielles ...	98
Tableau 13: les principaux produits importe du groupe biens de consommation non alimentaires.	100
Tableau 14: les importations algériennes par régions économiques 2010-2019.....	102
Tableau 15: les importations algériennes par régions économiques en million USD 2010- 2019.....	103
Tableau 16: les principaux fernisures de l'algerie 2019.....	105
Tableau 17: les exportations algériennes de 2010 à 2019.....	108
Tableau 18: la décomposition des exportations algériennes 2018-2019.....	111
Tableau 19: les principaux produits hors hydrocarbures exportent en 2018 et 2019.	111
Tableau 20: les exportations algériennes par régions économiques 2010-2019.....	113
Tableau 21: les exportations algériennes par régions économiques en millions USD2010- 2019.....	114
Tableau 22: les principaux clients de l'Algérie en 2019.	116
Tableau 23: l'évolution de taux de change du dinar algérien 2010-2019.	118

Liste des figures

Liste des figures :

Figure 1: le processus d'innovation entre un pays du nord et un pays du sud.....	30
Figure 2: le cycle de vie d'un produit.	32
Figure 3: l'évolution des importations algériennes 1963-1978.	78
Figure 4: l'évolution des exportations algériennes 1963-1978.....	78
Figure 5: l'évolution de la balance commerciale algérienne 1963-1978.....	79
Figure 6: l'évolution des importations algériennes 1979-1988.	81
Figure 7: l'évolution des exportations algériennes 1979-1988.....	81
Figure 8: l'évolution de la balance commerciale algérienne 1979-1988.....	82
Figure 9: l'évolution des importations algériennes 1989-1999.	83
Figure 10: l'évolution des exportations algériennes 1989-1999.....	84
Figure 11: l'évolution de la balance commerciale algériennes 1989-1999	84
Figure 12: l'évolution des importations algériennes 2000-2019.	86
Figure 13: l'évolution des exportations algériennes 2000-2019.....	86
Figure 14: l'évolution de la balance commerciale algérienne 2000-2019.....	87
Figure 15: les importations algériennes 2010-2019.....	89
Figure 16: les importations algériennes par régions économiques 2010-2019.	104
Figure 17: les principaux fournisseurs de l'algerie en 2019.....	106
Figure 18: les principaux fournisseurs de l'Algérie en 2019(%).....	107
Figure 19 : les exportations algériennes 2010-2019.	110
Figure 20: les exportations algériennes par régions économiques 2010-2019.....	116
Figure 21: les principaux clients de l'Algérie en 2019.....	117
Figure 22: les principaux clients de l'Algérie en 2019(%).....	118
Figure 23: l'évolution du taux de change de dinar algérien 2010-2019.	119

Table des matières

Table des matières :

Remerciement

Dédicace

Liste des abréviations

Introduction générale..... 1

Chapitre 1 : Généralités sur le commerce international 4

Introduction 4

Section1 : le commerce international 4

1.1 Présentation du commerce international 4

1.1.1 Définition..... 4

1.1.2 Les mesures du commerce international 5

1.1.2.1 La balance des paiements 5

1.1.2.2 Les indicateurs du commerce international..... 5

1.1.3 Le financement du commerce international 8

1.1.3.1 Les instruments de paiement internationaux 8

1.1.3.2 Les techniques de paiement international 10

1.1.4 Les risques liés aux opérations du commerce international 12

1.1.4.1 Le risque de change 12

1.1.4.2 Le risque commercial 14

1.1.4.3 Le risque politique 15

1.1.4.4 Autre risques liés au commerce international 15

1.2 Un aperçu historique sur le commerce international..... 16

1.2.1 La phase de 1820 -1913 16

1.2.2 De 1914- 1990 16

1.2.3 De 1990 à nous jours 17

Section 2:les fondements théoriques, politiques commerciales et les institutions du commerce internationales..... 18

2.1. Les fondements théoriques et les politique commerciales 18

2.1.1. Les principales théories du commerce international 18

2.1.1.3. Les nouvelles théories de commerce international 26

Table des matières

1.2.2.L'approche de R .VERNON	30
2.1.2. Les politiques commerciales internationales	37
1.2.2.1. Analyse théorique du protectionnisme	38
2.1.2.2. La politique commerciale stratégique.....	41
2.2. Le cadre institutionnel du commerce international	41
2.2.1. Organisation générale du système des Nations- Unies (ONU)	42
2.2.1.1. Le Conseil économique et social	42
2.2.1.1. Le système des Nations-Unies	43
2.2.2Les organisations à vocation financière	43
2.2.2.1 La banque Mondiale	43
2.2.2.2 Le fond Monétaire Internationale (FMI)	44
2.2.3. Les organisations à vocation commerciale	45
2.2.3.1. L'Organisation Mondiale du Commerce (OMC)	45
2.2.3.2. La CNUCER	46
2.2.3.3. Le CCI	46
2.2.3.4.L'OCDE	47
Conclusion :.....	47
Chapitre 2 : l'historique des pratiques et les politiques commerciales en Algérie.....	48
Introduction :.....	48
Section 1 : évolution du cadre juridique du commerce extérieur	48
1.1. La période 1963-1988 (Le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur).....	48
1.1.1. Le monopole de l'Etat sur les importations	49
1.1.1.1. Les organismes publics	49
1.1.1.2. Les groupements professionnels d'achat	50
1.1.1.3. Système des Autorisation Globales à l'importation (AGI).....	50
1.1.1.4. La nationalisation de commerce à l'importation	51
1.1.2. Monopole de l'Etat sur exportation.....	52
1.1.2.1. Phase de porte ouverte (période 1974-1978)	52

Table des matières

1.1.2.2. Phase de monopole de l'Etat (période 1978-1986)	53
1.2. Les tentatives de libéralisation du commerce extérieur (1988-1994)	54
1.2.1. Les encouragements fiscaux	55
1.2.2. Les encouragements en matière de prix	55
1.2.3. Les encouragements en matière d'assurance	56
1.3. La libéralisation du commerce extérieur période après 1994	56
1.3.1. Le régime à l'importation	57
1.3.2. Le régime à l'exportation	58
Section 2 : L'ouverture commerciale multilatérale et régionale de l'Algérie	60
2.1. L'OMC et la probable adhésion de l'Algérie	61
2.1.1. Les principales causes du retard du processus de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC	61
2.2. L'Accord d'Association avec l'Union Européenne	62
2.3. L'intégration régionale de l'Algérie au sein du Maghreb arabe	63
2.3.1. Les raisons de la faiblesse du commerce entre l'Algérie et UMA	64
2.4. Accords bilatéraux avec les pays arabes	65
2.4.1. Tunisie :	65
2.4.2. Libye :	65
2.4.3. Jordanie :	66
2.4.4. Mauritanie :	66
2.4.5. Maroc :	66
Section3 : Les institutions de la promotion du commerce extérieur	66
3.1. Les avantages fiscaux et parafiscaux	67
3.1.1. La taxe sur l'activité professionnelle (TAP)	67
3.1.2. La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) sur les opérations de vente à l'exportation	67
3.1.3. L'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS)	68
3.2. Les organismes de soutien aux exportations hors hydrocarbures	68
3.2.1. Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE)	68
3.2.2. Le fonds national de régulation et développement agricole (FNRDA)	69

Table des matières

3.3. Les mesures institutionnelles et douanières	69
3.3.1. La compagnie algérienne d'assurance et de garantie des exportations (CAGEX)	70
3.3.2. L'agence nationale de promotion du commerce extérieur (ANPROMEX)	70
3.3.3. La Chambre Algérienne de Commerce et l'Industrie (CACI)	71
3.3.4. La Société Algérienne des Foires et Expositions (SAFEX)	71
3.3.5. Le programme de Renforcement des capacités Exportatrices des PME Algériennes (Opte export)	72
3.3.6. Les facilitations douanières à l'exportation	73
Conclusion	75
Chapitre 3 : Une présentation statistique du commerce extérieur Algérien	77
Introduction :	77
Section 1 : l'évolution des échanges extérieurs Algériens entre 1963 et 2019	77
1.1. La première période 1963-1978	77
1.2. La deuxième période 1979-1988	80
1.3. La troisième période 1989-1999	82
1.4. La quatrième période 2000-2019	85
Sections 2 : la structure des échanges extérieurs Algériens	87
2.1. Études des importations :	88
2.1.1. L'évolution des importations Algériennes de 2010 à 2019	88
2.1.1.1. Les principaux produits importent du groupe biens d'alimentations en 2018 et 2019.	91
2.1.1.2. Les principaux produits importent du groupe énergie et lubrifiants en 2018 et 2019	92
2.1.1.3. Les principaux produits importent du groupe produits bruts en 2018 et 2019.	94
2.1.1.4. Les principaux produits importent du groupe biens d'équipements agricoles.	95
2.1.1.5. Les principaux produits importent du groupe demi-produits	96
2.1.1.6. Les Principaux produits importent du groupe biens d'équipements industriels.	98
2.1.1.7. Les principaux produits importent du groupe bien de consommations non-alimentaires.	100
2.1.2. Les importations Algériennes en % par régions économiques 2010-2019.	102

Table des matières

2.1.3. Les importations Algériennes par région économique en millions USD 2010-2019.	103
2.1.4. Classification des principaux pays fournisseurs de l’Algérie en 2019.	105
2.2. Études des exportations	107
2.2.1. L’évolution des exportations Algériennes de 2010 à 2019.	107
2.2.1.1. La décomposition des exportations Algérienne 2018-2019.	111
2.2.1.2. Les principaux produits hors hydrocarbures exportent en 2018 et 2019.....	111
2.2.2 .Les exportations Algériennes en% par régions économiques 2010-2019.	113
2.2.3 .les exportations Algériennes par région économique en millions USD 2010-2019.....	114
2.2.4. Classification des principaux pays clients de l’Algérien 2019.....	116
2.3.l’évolution de taux de change du dinar Algérien 2019.....	118
Conclusion	120
Conclusion générale	120
Bibliographie	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Tables des matières	

Résumé :

Les échanges internationaux sont devenus une nécessité pour chaque nation, soit pour satisfaire les différents besoins, soit pour maximiser le bien être. Cela ne peut être qu'à travers la maîtrise des éléments fondamentaux, les mécanismes et de choix des techniques de financements du commerce international pour éviter les risques liés aux opérations commerciales.

Notre étude porte initialement sur le commerce extérieur Algérien. A travers les différentes statistiques fournies par la direction générale des douanes, CNIS et la banque d'Algérie, on peut dire que l'économie nationale est une économie qui dépend essentiellement des hydrocarbures et les cours du pétrole sur les marchés internationaux, malgré les différentes réformes menées par le gouvernement et les capacités dont dispose le pays.

Mots clés : les échanges internationaux, commerce extérieur, marché internationaux, les hydrocarbures et les cours de pétrole.

Abstract:

International exchanges become a necessity for every nation, either to satisfy needs or to maximize well-being, this can only be through mastery of the fundamentals, the mechanisms and choose the techniques of international trade finance, to avoid risks associated with commercial operations.

Our study initially focused on Algerian foreign trade , through the surging statistics provided by the general ret control of customs , CNIS and the bank of Algeria, we can say that the national economy which depends on hydrocarbons and oil prices on international markets, despite the various reforms carried out by the capacities available to the country.

Key words: international exchanges, trade, international markets, hydrocarbons and the oil price.

