

UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA

FACULTÉ DES SCIENCES ECONOMIQUES.

COMMERCIALES ET DES SCIENCES DE GESTION

Département des Sciences Commerciales

MÉMOIRE

En vue de l'obtention du diplôme de
MASTER EN SCIENCES COMMERCIALES
Option : Finance et commerce international

Thème

**Analyse des exportations hors hydrocarbures entre contraintes
Et mesures incitatives des pouvoirs publics :**

Cas de CEVITAL

Réalisé par :

HAMOUCHE Amira

HARGOUS Melissa

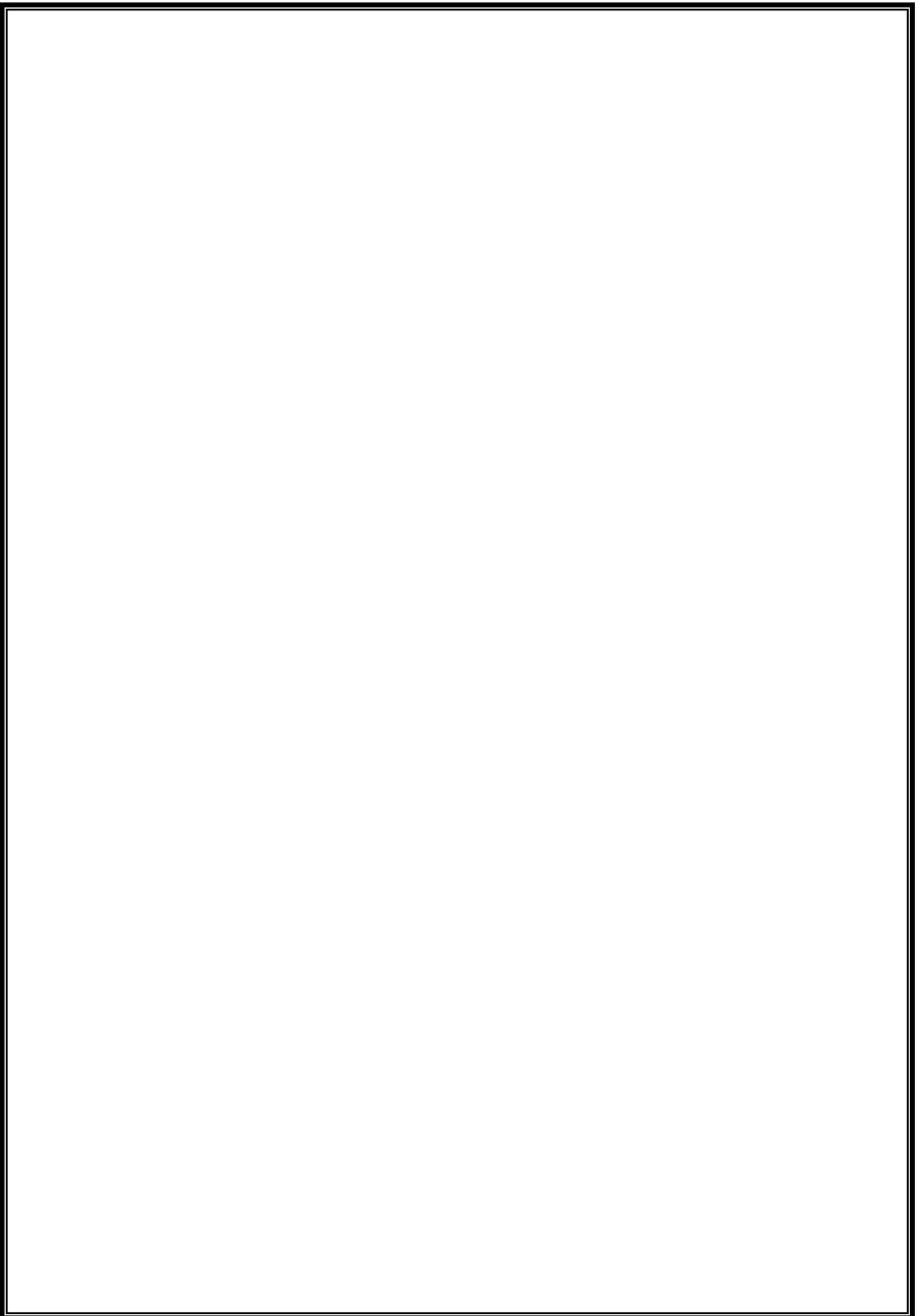
Sous la direction de :

Dr. BEZTOUH Djaber

Devant le jury composé de :

- 1. Président : M. BOUZIDI Zair**
- 2. Examineur : Mme. HALOUANE Siham**

Année Universitaire 2022/2023



Remercîment

Nous tenons tout d'abord, à remercier Dieu le tout puissant et miséricordieux, qui nous a donné santé, force, courage, volonté et patience pour accomplir ce modeste travail.

En second lieu, nous tenons à remercier M.BEZTOUH Djaber pour nous avoir fait profiter de ses connaissances, ses précieux conseils, son encouragement durant toute la période du travail. Nous remercions les membres de jury pour l'honneur qu'ils nous font en acceptant d'évaluer ce travail et de participer à la soutenance.

Amira et mélissa

Dédicace

Je dédie ce travail à mes parents

A mes Sœurs

Et à tous ceux qui m'aiment et j'aime

Amira

Dédicace

Je dédie ce travail à mes parents

A mes frères

Et à tous ceux qui m'aiment et j'aime

Mélissa

SOMMAIRE

Remerciements

Dédicaces

Liste des tableaux

Liste des figures

Introduction générale... 4

CHAPITRE I : Un bref tour d’horizon du commerce extérieur algérien ... 4

Introduction..... 4

Section 1 : Les politiques commerciales de l’Algérie..... 5

Section 2 : Les accords commerciaux de l’Algérie 19

Section 3 : Etat des lieux du commerce extérieur algérien 28

CHAPITRE II : Politique publique et développement des exportations hors hydrocarbures 39

Section 01 : Les mesures incitatives à l’exportation hors hydrocarbures en Algérie 39

Section 2 : Les dispositifs d’aide à la promotion des exportations hors-hydrocarbures mis en place par les pouvoirs publics algériens 45

Section 03 : Les contraintes et les perspectives au développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie..... 58

CHAPITRE III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL 69

Section 1 : Présentation du groupe CEVITAL..... 69

Section 2 : Le processus d’exportation de l’entreprise CEVITAL 79

Section 3 : Analyse des résultats des exportations du sucre blanc du groupe Cevital..... 86

Conclusion générale..... 94

LISTE DES TABLEAUX

N°	TABLEAUX	PAGES
01	Evolution du commerce extérieur de l'Algérie de 1963 à 1977	08
02	Evolution des exportations algériennes de 1980-1990	10
03	Résultat de la balance commerciale Période 2014-2015	28
04	Récapitulatif des résultats de la balance commerciale période 2012-2018	29
05	Groupes de produits à l'importation Période 2014-2018	30
06	Produits principaux à l'exportation Période 2014-2018	31
07	Principaux pays fournisseurs de l'Algérie année 2020	32-33
08	Principaux pays clients de l'Algérie Période 2020	33
09	Echanges commerciaux de l'Algérie (import-export) Période : Premier trimestre 2019-2020	35-36
10	Evolution du chiffre d'affaires de Cevital 1999-2022	70
11	Evolution des produits de Cevital de 1998-2018	70
12	Evolution des exportations du sucre blanc durant la période 2010-2020	86
13	Les principaux partenaires de CEVITAL (par pays)	87
14	Les principaux partenaires de CEVITAL (Par région)	88
15	Types de transports utilisés durant l'année 2020	88

LISTE DES ABREVIATIONS :

AAUE : Accord d'Association de l'Union européenne.

ADPIC : Accord sur les aspects des droits de propriété.

AFD : Agence Française du Développement.

ALGEX : Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur.

ANEXAL : Agence National des Exportateurs Algériens.

CACI : Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie Accueil.

CACQUE : Centre Algérien du Contrôle de la Qualité et de l'Emballage.

CAGEX : Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations.

CES : Conseil Economique et Social.

CNUCED : Conférence des Nations unies sur le Commerce et le Développement.

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

CREAD : Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement.

DG : Direction générale.

FMI : Fonds Monétaire International.

FNRDA : Fonds National de Régulation et Développement Agricole.

FSPE : Fonds Spécial pour La promotion des exportations.

GATT: General Agreement on Tariffs and Trade.

GPA: Groupements Professionnels d'Achat.

GSM : Global System For Mobile.

GZALE : Grande Zone de Libre Echange.

IBS : Impôt sur les Bénéfices des Sociétés.

IDE : Investissement Direct Etranger.

MEDA : Mennonite EconomicDeveloppement Associates.

OMC : Organisation Mondiale du Commerce.

ONACO : Office National Algérien de Commercialisation.

ONALAIT : Office National Du Lait Et Des Produits Laitiers.

PAS : Plan d'Ajustement Structurel.

PIB : Produit Intérieur Brut.

PME : Petite et Moyenne Entreprise.

PNDA : Programme National de Développement Agricole.

PROMEX : Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur.

PTM : Pays Tiers Méditerranéens.

SAFEX : Société Algérienne des Foires et Exportations.

SGP : Système Généralisé Préférences commerciales.

SPA : Sociétés Par Actions.

TAP : Taxe sur l'Activité Professionnelle.

TPE : Très Petite Entreprise.

TSA : Taxe Spécifique Additionnelle.

TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée.

UE : Union Européenne.

UMA : Union du Maghreb Arabe.

USD : Dollar américain.

ZLECAF : Zone de Libre-Echange Continentale Africaine.

Introduction Générale

Introduction générale

L'Algérie est un pays qui a toujours été dépendant de ces exportations en ressources énergétiques pour soutenir son économie. Néanmoins, au fil des années et face aux fluctuations que peut subir le marché mondial en énergie, le gouvernement algérien a cherché à diversifier son économie et à développer d'autres secteurs d'exportation. Dans ce contexte, les exportations hors hydrocarbures ont pris, de plus en plus, d'importance. Pour se faire, l'Algérie, s'est lancée progressivement dans un long processus de réformes, ces dernières soutenues par les différents accords régionaux signés, notamment avec l'Union Européenne en 2005, mais surtout les accords de la Zone de libre-échange Continentale Africaine "ZLECAF" et avec les pays arabes adhérents à l'accord de la Grande zone arabe de libre échange "GZALE".

La volonté de l'Etat à promouvoir ses exportations est tellement grande, la preuve en est le changement même d'appellation du ministère du commerce en ministère du commerce et de la promotion des exportations de juillet 2021. Cette volonté a tenu ses promesses, puisque les exportations hors hydrocarbures ont représentées 12,3% du total des opérations effectuées lors de l'exercice 2021¹, Une tendance maintenue au premier trimestre de 2022 puisque l'évolution moyenne des prix des produits hors hydrocarbures au 1er trimestre 2022 par rapport au 1er trimestre 2021 est de 53,0%². Ce résultat a été atteint à la faveur d'une batterie de mesures incitatives qui comprend notamment la création de couloirs verts dédiés à l'exportation, des avantages fiscaux, des facilitations administratives, en plus du renforcement du rôle de la diplomatie algérienne dans la promotion des produits algériens à l'étranger. Le tout soutenu par une conjoncture favorable à l'extérieur du fait de la guerre en Ukraine, qui a permis à l'Algérie d'assoir sa stabilité financière du fait de l'augmentation des prix des produits énergétiques et de même de la demande internationale.

Sur le plan national, on peut noter la nouvelle réglementation de la banque centrale en ce qui concerne en premier, la dispense des formalités de domiciliation bancaire pour les opérations d'exportation hors hydrocarbures, et un second qui permet aux opérateurs de disposer de la totalité de leurs avoirs étrangers en devises.

Par ailleurs, les opérateurs économiques opérant dans le domaine des exportations ont eu l'occasion de faire valoir la qualité de leurs produits et leur savoir-faire grâce à la

¹ Exportations hors hydrocarbures: la diversification économique amorcée en 2021, Publié Le : Lundi, 27 Décembre 2021 : www.aps.dz. (Consulté le 03 Avril 2023).

²www.ons.dz. (Consulté le 03 Avril 2023).

Introduction Générale

multiplication de leurs participations aux foires et salons régionaux et continentaux, à l'instar du Salon import-export interafricains "IMPEX2021", la Foire des produits algériens destinés au marché libyen, et du Salon international de l'exportation et de la logistique 2021³.

Les exportations hors hydrocarbures incluent notamment les produits agricoles, les textiles, les produits pharmaceutiques, les équipements électroniques, les produits de construction et les services. Ces produits sont de plus en plus demandés sur les marchés internationaux, ce qui offre des opportunités de croissance économique pour l'Algérie.

Cependant, le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie fait face à plusieurs défis, notamment une compétitivité limitée, des infrastructures insuffisantes et une réglementation complexe, malgré les avancées susvisées en haut, d'autant plus que le commerce extérieur algérien s'est tourné vers la libéralisation à partir des années 1990.

D'où la nécessité d'une analyse approfondie pour comprendre les opportunités et les défis liés au développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie, à travers la problématique suivante : **Comment stimuler les exportations hors hydrocarbures en Algérie et pallier aux contraintes?**

De cette question principale découlent des questions axillaires qui guideront notre Travail de recherche :

- Quelles sont les mesures incitatives mises en place par le gouvernement pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures ?
- Quels sont les principaux organismes d'appui ou d'aide à la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie ?
- Quelles sont les principales contraintes rencontrées par CEVITAL lors de ses exportations ?

Les réponses préalables à ces questions, celles que nous tenterons de confirmer ou d'infirmes à travers notre étude sont les suivantes :

- H1 : Les exportations hors hydrocarbures en Algérie sont entravées par plusieurs contraintes qui limitent leur croissance et leur compétitivité.

³www.aps.dz. (Consulté le 03 Avril 2023).

Introduction Générale

- H2 : Le gouvernement algérien a pris conscience de l'importance des exportations hors hydrocarbures et a mis en place des mesures incitatives pour promouvoir ces secteurs économiques.
- H3 : Les organismes d'appui ou d'aide à la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie comprennent des institutions telles que le Ministère du Commerce, les Chambres de Commerce et d'Industrie, les Agences de Promotion des Investissements...Etc.

Pour y répondre à la problématique et aux hypothèses proposées, il convient de procéder par : d'une part, une revue de littérature avec beaucoup d'articles et d'ouvrages traitant le commerce extérieur Algérien d'autre part a un stage au niveau de CEVITAL pour voir de plus près l'évolution des exportations et enfin des entretiens et consultation sur les obstacles à l'exportation auprès de CEVITAL.

Pour y apporter une réponse, nous avons scindé notre travail en trois chapitres, le premier sera consacré la politique commerciale en Algérie, les accords commerciaux de l'Algérie et l'évolution du commerce extérieur, le deuxième concernera les mesures incitatives pour favoriser les exportations hors hydrocarbures en Algérie, les dispositifs d'aide à la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie et les contraintes pesant et les perspectives sur les exportations hors hydrocarbures en Algérie. Enfin, le dernier chapitre traitera les résultats de notre étude pratique. Nous allons d'abord présenter l'organisme d'accueil CEVITAL. Ensuite nous présenterons les résultats de notre travail de terrain.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

L'économie algérienne a subi des profondes mutations depuis son indépendance à la phase actuelle. Elle a vécu une transformation radicale de son environnement économique, induit par le passage de l'économie administrée à l'économie libérale. Cette transformation s'est accentuée par une ouverture internationale, qui offre une opportunité pour le commerce extérieur et aux exportations en particulier¹.

Après l'échec du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, viennent les réaménagements et mesures d'assouplissements des opérations du commerce extérieur qui ne voient le jour qu'en 1990, par l'abrogation des procédures concernant les autorisations globales d'importation. Le début d'ouverture sur le commerce extérieur, caractérisé par la mise en œuvre du Plan d'Ajustement Structurel (PAS) en 1994, a permis une libération générale des opérations du commerce extérieur.

Dans ce processus de libéralisation du commerce, plusieurs changements sont engagés : privatisation des entreprises publiques, promotion des investissements directs étrangers (IDE), les négociations multilatérales de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), la signature des accords de libre-échange avec l'Union Européenne en 2002 et avec les pays appartenant à la Zone Arabe de Libre Échange en 2009. Après plus d'une décennie les réformes, semblent avoir connu des avancées et des reculs. Les décideurs algériens semblent hésitants quant à la poursuite des réformes libérales. La question qui revient toujours concerne les capacités de l'économie algérienne à absorber les chocs de l'ouverture².

Depuis un certain nombre d'années, la promotion des exportations hors les hydrocarbures a été inscrite comme objectif stratégique par la totalité des gouvernements qui se sont succédés. Un certain nombre de mesures visant à assurer une gestion plus souple, décentralisée, des opérations du commerce extérieur, au lieu et à la place de la gestion administrative, ont été prises³.

¹MATALLAH M, Les Exportations Agricoles et Agroalimentaires en Algérie : Etat des lieux et perspectives, Thèse de doctorat en Sciences Agronomiques, Ecole Nationale Supérieure Agronomique El- Harrach Alger, 2021, P.28.

² Rapport du CnuCED 2017 sur la politique commerciale de diversification.

³ MATALLAH. M, Op cit, P.28.

Section 1 : Les politiques commerciales de l'Algérie

L'Algérie ne voulait pas rester en marge des changements que connaît le commerce extérieur mondial. Elle a toujours donné une place importante à sa politique sur le commerce extérieur, des changements et des transformations de fonds sont survenus.

Le commerce extérieur algérien a connu plusieurs étapes durant son évolution :

Dans cette première section nous présentons une analyse de l'évolution du commerce extérieur en Algérie, de la période avant l'indépendance à nos jours en se focalisant sur le cadre réglementaire.

1.1. Avant l'indépendance (1962)

Avant l'accès à son indépendance, le commerce extérieur sous le régime colonial était caractérisé par, des exportations des produits agricoles, et de l'énergie à partir des années 50¹.

L'importation des inputs est biens d'équipement, et les pratique commerciales sont régies par les forces des marchés, un système orienté vers une économie libérale. Le commerce extérieur algérien était un instrument à travers lequel s'organisait la domination coloniale. Le marché algérien était soumis à un système commercial et douanier qui avait pour fonction essentielle l'établissement et le maintien d'un monopole partagé entre quelques capitalistes marchands français et la colonisation algérienne. Le commerce extérieur de l'Algérie était fortement dominé par les flux d'échanges avec la France, il se résumait a² :

- Spécialisation dans l'exportation des produits agricoles, puis d'énergie à la fin des années 1950 ;
- Importation d'inputs et des biens de consommation ;
- Industrie à faible capacités installées ;
- Organisation commerciale libérale liée fortement au pouvoir colonial.

¹HASSAINE K, Accord d'association Algérie-Union Européenne « Quelles perspectives pour l'économie algérienne ? », Mémoire de Magistère en Science Economique, Université d'Oran, 2011, P.76.

²Ibid, PP.75-76.

1.2. Après l'indépendance

Après l'indépendance, la nouvelle économie algérienne va s'orienter vers l'optimisation de la mobilisation des ressources en faveur du développement, le commerce extérieur sera axé principalement sur le contrôle et la gestion du secteur des hydrocarbures¹.

Trois principales phases caractérisent l'évolution de la réglementation en matière de commerce extérieur algérien. La phase de réappropriation et de monopole sur l'ensemble des opérations d'importation et d'exportation, qui s'étale de l'après indépendance jusqu'aux années 1980.

Cette première phase se divise elle-même en deux périodes : celle de contrôle allant de 1962 à 1970 et celle de la monopolisation de 1970 aux années 1980.

La première période correspond à la mise en place d'une politique de développement hésitante encore à appliquer stricto-sensu les principes du socialisme.

La seconde correspond clairement à une mise en œuvre radicale du paradigme autocentré du développement.

La deuxième phase va remettre en cause le schéma socialiste, la désinstallation des monopoles et la libéralisation plus au moins forte des opérations de commerce extérieur.

Après l'échec du modèle autocentré, l'Etat est contraint de s'ouvrir aux principes du libéralisme, sous la houlette des instances internationales (FMI) et adopte une nouvelle réglementation favorable aux opérateurs privés. La période récente qui voit l'Algérie renouer avec les excédents commerciaux, l'incite à revenir sur ses anciens réflexes protectionnistes, entraînant dans son sillage une baisse des capitaux étrangers et une instabilité des textes régissant le commerce extérieur et surtout les IDE; cela perturbe les opérateurs présents et décourage les nouveaux.

Tant que la manne pétrolière continue à faire les beaux jours du commerce algérien, la libéralisation du marché sera contrainte avec les conséquences néfastes qu'a déjà connues le pays.²

¹HASSAINE K, Op cit, PP.75-76.

²OUALIKENE S, HADJOU L, Université de TiziOuzou, « La politique commerciale algérienne depuis 1962 : entre échec de la diversification des exportations et accroissement de la dépendance extérieur ».

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

1.2.1. Le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur

1.2.1.1. Phase de contrôle (1963-1978)

Cette étape a connu un contrôle étatique des échanges commerciaux. Pendant cette période, l'Algérie a adopté une politique de protectionnisme¹.

Celle-ci était basée sur trois procédures visant le contrôle des importations :

a) Le contingentement procédure qui consiste à fixer à l'avance la nature et la qualité des marchandises à importer, en précisant l'origine géographique. Cette procédure a été instaurée le 16 juin 1963 par le décret N°63-188².

Les buts fixés par cette procédure d'action sont :

- Réorientation des courants d'importation en fonction des possibilités d'exportation par région ;
- Limitation des importations dites de luxe et l'économie de devises ;
- Protection de la balance commerciale à un moment où les réserves de change sont insignifiantes.

La politique de contingentement est conçue au niveau du ministère du commerce, et elle est mise en application par l'intermédiaire de licence d'importation.

b) La politique tarifaire mise en place dès 1963, elle a les mêmes buts que les contingentements qu'elle vient renforcer.

c) Le contrôle de change : jusqu'à l'indépendance, l'Algérie est membre de la zone franche au sein de laquelle les capitaux sont librement transférables.

Les contrôles de change sur le commerce extérieur dès 1963 sont renforcés par l'institution d'un contrôle sur les flux financiers et monétaires.

Le contrôle de change avec un taux de change unique, apparu en octobre 1963 et qui permet de ralentir les sorties des capitaux.

Le contrôle du commerce extérieur était assuré par les organismes publics tels que :

¹ZOURDANI S, « Le financement des opérations du commerce extérieur en Algérie : cas de la BNA », Mémoire de Magister en Sciences Financières, Université de TiziOuzou, (2012), P.57.

²MATALLAH M, Les exportations agricoles et agroalimentaires en Algérie : Etat des lieux et perspectives, Thèse de Doctorat en Sciences Agronomiques, École Nationale Supérieure Agronomique (ENSA) El-Harrach – Alger, 2021, PP. 29-30.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

- Les groupements professionnels d'achat (GPA) qui sont chargés de l'importation de tout ce qui est bois, les tissus, les cuirs...etc.
- L'office national de commercialisation (ONACO), qui est un organisme étatique spécialisé dans l'importation des produits de large consommation tels que : les sucres, le café, le thé ...etc.
- L'office national du lait et des produits laitiers (ONALAIT), créée en 1969 ; il est chargé des laits fermentés, fromages, crèmes, beurres...etc.

Pendant la période 1963-1969 le rôle de l'État était lié à certaines procédures de contrôle et à la représentation au sein d'organismes importateurs.

Tableau n°01 : Evolution du commerce extérieur de l'Algérie de 1963 à 1977

Années	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977
Exportations	732	728	642	642	725	831	935	1010	857	1304	1889	4259	4292	4977	5805
Importations	586	704	672	640	680	816	1010	1259	1228	1491	2241	4024	5993	5318	7102
Balance Commerciale	147	24	-30	-17	45	15	-75	-248	-371	-187	-353	235	-1702	-341	-1297

Source : www.douane.gov.dz

A travers la lecture du tableau N°01, on peut constater que la balance commerciale a toujours été déficitaire jusqu'en 1977, exception faite pour l'année 1974 où elle a été largement excédentaire, qui est dû sans doute au choc pétrolier, et ceux en termes de valeurs.

1.2.1.2. Le monopole de l'État sur le commerce extérieur (1978-1988)

Les premiers fondements du monopole de l'État sur le commerce extérieur ont été mis en place durant le plan quadriennal (1970-1973), mais c'est avec la loi 78-02 que fut consacré le caractère exclusif de la nationalisation du commerce extérieur. Par ce nouveau cadre législatif, l'État se réservait l'exercice exclusif du monopole d'importation et d'exportation des biens, fournitures et services de toute nature. Les transactions commerciales ne peuvent être conclues que par un organisme d'État, mandataire d'un monopole. Ces organismes sont

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

chargés de la mise en œuvre du monopole sur le commerce extérieur. Il en résulte ainsi que le secteur privé est exclu du champ du commerce extérieur¹.

À cet effet, il y a eu l'institution des PGE (Programme Général d'Exportation) et des PGI (Programme Général d'Importation) pour l'exercice du commerce extérieur et son organisation selon les besoins du marché national².

De manière générale, outre son aspect innovateur et l'élimination des intermédiaires, la loi 78-02 visait les objectifs suivants :

- Satisfaire en priorité les besoins fondamentaux du marché et protéger la production nationale ;
- Assurer l'équilibre des échanges extérieurs et leur diversification ;
- Assurer l'indépendance de l'État par la nationalisation du commerce extérieur, des banques, des assurances, des transports et des activités liées au commerce extérieur.

En effet, les résultats ont été fortement éloignés des espérances de l'économie algérienne qui a souffert d'énormes handicaps ; ces derniers relèvent de divers domaines, nous en citons les principaux comme suit:

- Surcoût des investissements et faible utilisation des capacités de production ;
- 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'USD 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 loi qui donne le monopole à l'État sur le commerce extérieur³.

¹La loi 78. 02 relatives au monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, selon l'article 1 de cette loi stipule que « les exportations des biens, fournitures, service, de toutes natures sont du ressort exclusif de l'Etat ».

²Le programme général d'exportation (PGE) est institué par le décret 84 – 390 relatif à la mise en œuvre du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur.

³ La loi 78. 02 relatives au monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, selon l'article 1 de cette loi stipule que « les exportations des biens, fournitures, service, de toutes natures sont du ressort exclusif de l'Etat ».

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

Par ailleurs, la loi 78-02 a été suivie par le décret 84.390. Celui-ci a énuméré les entreprises par secteur d'activité économique ainsi que les produits à importer par les organismes de chaque secteur. Toutefois, l'année 1986 apparaît pour l'Algérie comme l'année charnière du fait de la chute du cours de pétrole. En effet, les conséquences néfastes de cette crise ont montré les limites et les lacunes du système de monopole de l'État sur le commerce extérieur en tant que mode d'organisation¹.

Tableau N°02 : Evolution des exportations algériennes de 1980-1990

	1980		1985		1990	
	Valeurs	%	Valeurs	%	Valeurs	%
Exportations des hydrocarbures	15369.96	98.45	9893.23	97.52	10864.64	96.11
Exportations des produits hors hydrocarbures	242.75	1.15	251.45	2.48	439.29	3.89
Total des exportations	15612.72	100	10144.68	100	11303.93	100

Source : PROMEX (ALGEX) : www.algex.com.

A travers la lecture du tableau N°02, on constate une tendance qui perdure à la dépendance en exportations hydrocarbures, en effet, à peine 4 % du total des exportations sont dédiées aux exportations hors hydrocarbures, certes y a eu une légère hausse mais insignifiante, de l'ordre de 1% à peine entre 1980 et 1990. Par ailleurs, la valeur des exportations en hydrocarbure a subi un abaissement énorme entre 1985 et 1990 de l'ordre d'un tiers, un résultat accablant qui est dû au choc pétrolier de 1986.

1.2.2. La libéralisation du commerce extérieur : Période libérale (1990 - à nos jours)

En réalité, le secteur agricole a été le premier secteur à être libéralisé volontairement dans les années 80. En 1981 les prix des produits agricoles ont été déréglementés tandis qu'en 1987, les domaines agricoles socialistes sont dissous et leur exploitation confiée aux paysans.

Dans les années 90, les terres privées nationalisées en 1971 ont été restituées à leurs propriétaires. L'investissement agricole a été encouragé y compris dans le cadre de la

¹BOUZID A, « L'évolution du commerce extérieur des produits agricoles : Essai de construction d'un modèle d'estimation et de prévision », Mémoire de Magister en Sciences Agronomiques ., INA El-Harrach, (2007), PP. 30-31.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

valorisation des terres non agricoles. Cet encouragement a été renforcé, en 2000, à travers le « Programme National de Développement Agricole » (PNDA).

Bien que le secteur agricole ait enregistré une croissance continue durant les années 90, il se caractérise toujours par la stagnation des rendements et sa sensibilité aux aléas du climat (comme dans le reste du Maghreb).

La réforme du secteur des télécommunications a débuté en 2000 avec l'adoption d'une loi sur les postes et les télécommunications qui a donné naissance à deux entreprises commerciales : Algérie Poste et Algérie Télécom – ainsi qu'à un organisme régulateur.

Le secteur a été ouvert au capital privé étranger à travers son segment de téléphonie mobile. L'Algérie vient d'octroyer une troisième licence de GSM à un autre opérateur privé. Bien que les réformes soient récentes, l'introduction du mobile a réduit le temps d'attente requis pour l'installation d'une ligne téléphonique (temps estimé à 6ans).

En Algérie, la libéralisation du transport aérien et maritime a eu lieu depuis 1998 tandis que le secteur privé est fortement présent dans le transport par route. La libéralisation des échanges a mené à une profonde refonte du dispositif des douanes. Ces réformes ont ainsi débouché sur une baisse progressive du niveau et du nombre des taux des droits de douane qui de 19 en 1991 et passé à 4 en 1999.

Dans la perspective de la zone de libre-échange consécutive à l'accord d'association, signé en 2002 par l'Algérie et l'Union Européenne, est projetée la réduction (avant l'élimination) du tarif douanier et du droit additionnel provisoire. Toutefois, « les conséquences de cet accord seront très lourdes pour la majorité des entreprises en raison de leur impréparation à cette ouverture »¹.

En Algérie, le décret législatif n° 93-12 révisé en 2001 dessine le régime applicable aux investissements nationaux et étrangers réalisés dans les activités économiques de production de biens ou de services non expressément réservées, par la loi à l'Etat.

Au titre du dit décret, les investissements réalisés à partir d'apports en capital, au moyen de devises librement convertible, régulièrement cotées par la Banque Centrale d'Algérie et dont l'importation est dument constatée par cette dernière, bénéficient de la garantie de transfert de capital investi et des revenus qui en découlent. Cette garantie porte également sur

¹ Selon le Vise président du Forum des investisseurs tenus en 2002.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

les produits réels nets de la cession ou de la liquidation, même si ce montant est supérieur au capital initialement investi. Les demandes de transfert correspondantes, formulées par l'investisseur, sont exécutées dans un délai qui ne saurait excéder (60) jours.

Les investissements qui présentent pour l'économie nationale un intérêt particulier en raison notamment de la dimension du projet, du caractère de la technologie utilisée, du taux élevé d'intégration de la production développée, des gains élevés en devises ou au regard de leur rentabilité à long terme, peuvent bénéficier conformément à la législation en vigueur, d'avantages supplémentaires.

Ce décret législatif consent avantages et garanties aux investisseurs. Il est remodelé en 2001, par une ordonnance qui élargit les facilités accordées aux investisseurs. En 2003, l'Algérie a harmonisé sa législation économique (concurrence, zones franches, commerce extérieur, droits de propriété industrielle et intellectuelle, etc...) avec les exigences de l'OMC.

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 fraudes²⁴ « 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 consommateur¹.

Par ailleurs, les opérations d'exportations et d'importations sont soumises au contrôle des changes, qui ne signifie pas restriction, car des licences d'importations ou d'exportations peuvent être accordées².

Les exportations de l'Algérie des produits hors hydrocarbure ont connu leur niveau le plus élevé au milieu des années 90, au moment où l'Algérie s'était engagée dans la libéralisation de commerce extérieur, mais elles restent marginales ne représentant que 6,59% du total des exportations en 1996, et 3,51% en 1998. Les exportations hors hydrocarbure ont

¹ KPMG, guide investir en Algérie, 2012, p 93

² KPMG, Op-cit, P. 96

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

continu à diminuer, pour atteindre 1184 millions d'USD soit de 2,16% du total des exportations en 2006. Ce qui relève une dépendance quasi totale des hydrocarbures¹.

Et ce n'est qu'en aout 1990 qu'une première mesure concrète et partielle allait voir le jour suivie en février 1991 par une deuxième qui consacrait la libéralisation totale du commerce extérieur, une libéralisation qui s'est faite en deux étapes :

A. Etape restrictive.

B. Etape de libéralisation totale.

A. Etape restrictive

Pour la première fois depuis l'instauration du monopole sur le commerce extérieur, l'importation de marchandises en vue de leur revente en l'état est autorisée par d'autres opérateurs commerciaux que l'Etat. Cette première ouverture du commerce extérieur est qualifiée de restrictive par l'interdiction des importations sans paiement ouvert en faveur du secteur privé ne concernait pas la revente en l'état.

Le contrôle centralisé des importations a été remplacé par un mécanisme plus flexible qui allouait aux entreprises une quantité donnée de devises et de crédit quelles pouvaient affecter à leur gré. La loi promulguée en 1990 relative à la monnaie et au crédit, concède à la Banque Centrale, l'organisation et la gestion des échanges extérieurs par le biais du contrôle des marchés de change et des mouvements des capitaux de/ et vers l'Algérie.²

Cette ouverture instituée par l'article N° 41 de la loi de finances complémentaire pour 1990 donnait à cette ouverture un caractère restrictif et partiel dans la mesure où :

- Elle concernait une catégorie d'opérateurs appelés « concessionnaires et grossistes » ;
- Elle faisait appel à un mouvement de capitaux dans la mesure où le règlement des marchandises devait s'imputer obligatoirement sur un compte-devises ;
- L'importation ne concernait par toutes les marchandises; une liste restrictive était établie par l'Etat ;

¹ Ministère des finances et la direction générale des douanes, statistique du commerce extérieur de l'Algérie, année 2007 : www.douane.gov.dz. (Consulté le 10/05/2023).

²Article 181 et 192 de la loi 90 relative à la monnaie et au crédit.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

- L'activité de ces concessionnaires et grossistes était soumise à un agrément préalable de la banque d'Algérie et non de l'administration du commerce, ils devraient obtenir du conseil de la monnaie et du crédit l'autorisation d'importer des biens et d'accepter des investissements étrangers. Ce régime avait pour but d'améliorer l'offre des services ;
- Enfin, le dit agrément est subordonné à l'engagement d'investir ultérieurement dans la production de biens ou services.

En 1990, au sein du secteur industriel, 110 entreprises concentrent 78% de l'emploi industriel total et 70,5% de la valeur ajoutée. D'un autre côté, 20550 entreprises de moins de 10 salariés occupent 7% des travailleurs et réalisent 20% de la valeur ajoutée. Quarante des 51 branches industrielles possèdent des coefficients de concentration de 100% (4 entreprises au plus réalisent toutes les ventes) cette concentration économique est un problème qui subsiste malgré les efforts consentis pour libéraliser l'économie¹.

B. Etape de libéralisation totale

Cette deuxième étape va être inaugurée par le décret 91-37 du 13 février 1991 relatif aux conditions d'intervention en matière de commerce extérieur qui a mis fin au monopole de l'Etat sur le commerce extérieur.

La loi de finances pour 1994 relancera le processus d'ouverture en permettant aux importateurs d'utiliser leurs propres avoirs en devises dans leurs transactions commerciales internationales².

En effet, des conditions d'intervention, ce décret consacrait la liberté totale d'intervention en matière de commerce extérieur, sous la seule condition d'immatriculation au registre de commerce en qualité de grossiste et ce, quel que soit le statut de l'opérateur et quelle que soit la marchandise à importer.

Seuls toutefois, les produits de large consommation étaient soumis à l'adhésion à un cahier de charges de l'administration du commerce préalablement à leur importation.

¹BENACHENHOU A, « Bilan d'une réforme économique inachevée en méditerranée », les cahiers CREAD, n°46/1998.

² Cette loi fut complétée par l'instruction N°20/94 qui permet l'ouverture de compte devise des opérations extérieurs.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

L'Etat, dans le cadre de l'accomplissement de sa mission de régulation, se devrait au titre de suivi du marché, d'assurer la disponibilité de cette catégorie de produits pour la plupart, à l'époque du monopole, subventionnés. Hormis, cet aspect de cahier des charges lié à la régulation du marché, le commerce extérieur était totalement libre.

1.2.3. Le résultat de la libéralisation du commerce extérieur

La libéralisation externe était et elle l'est toujours, l'objet principal des négociations avec les institutions internationales et les partenaires économiques extérieurs. Celle-ci a enregistré en Algérie des résultats divers dont :

- Le transfert au système bancaire de prérogatives commerciales.
- La destruction de pans entiers de l'économie nationale par le fait des importations massives de produits concurrençant la production nationale, fortement et immédiatement rentable.
- L'importation des produits finis plus facilement finançables au détriment du fonctionnement des entreprises.
- Enfin, la facilité d'obtention du registre de commerce incite privé ou public à importer.

C'est pour mettre fin à ce dysfonctionnement, que le programme de travail du gouvernement décide, sans remettre en cause la marche vers l'économie de marché, d'intervenir plus rigoureusement dans l'encadrement des opérations de commerce extérieur en fonction de la disponibilité des ressources devises se caractérisant par leur rareté.

Par cette intervention l'administration récupère ses prérogatives en matière de commerce. Les principes généraux étant de situer les opérations du commerce extérieur dans le cadre d'une politique commerciale fondé sur des objectifs en fonctions des moyens disponible, et non sur les seules considérations bancaires et financière.

Deux grands axes de travail en matière de commerce extérieur sont définis par cette instruction :

Au niveau des textes réglementaires :

- Fixation des critères transparents et un ordre de priorité pour l'accès à la devise ;
- Gestion rigoureuse des moyens de paiement extérieur ;
- Protection de la production nationale.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

Au niveau des comportements des opérations :

- Limitation des dépenses devises au strict minimum ;
- Déploiement de toutes formes de transactions commerciales qui n'engendre pas un endettement pour le pays.

Prohibition de toutes formes de stockage ou de gaspillage.

C'est dans ce prolongement qui fut institué un comité Ad-hoc. Il était chargé du suivi opérationnel des engagements des opérations du commerce extérieur¹. Il convient de souligner que l'institution de ce comité revêt un caractère transitoire en attendant la mise en place effective des instruments nécessaires à une économie de marché.

Le comité Ad-hoc n'a pas l'ambition de programmer et de décider de toutes les opérations de commerce extérieur, mais son rôle essentiel consiste dans le suivi opérationnel de ces opérations en vue de corriger les effets négatifs et prendre toutes les mesures susceptibles de mener à une utilisation optimale des ressources et par la même, arrêter la dégradation de l'économie.

C'est ainsi que furent clairement établies les priorités en direction desquelles tous les efforts de recherche de financement, au besoin cash, seront orientés.

Parallèlement, des suspensions à l'importation frappaient certains produits sans remettre en cause la libéralisation du commerce car il faut noter que ces produits frappés provisoirement de suspension sont ceux qui, soit revêtent un caractère superflu, soit que leurs importations massives menacent fortement une production nationale en détruisant des pans sans pour autant que celle-ci soit en mesure de rivaliser avec cette concurrence faute de disposer des mêmes moyens.

Au-delà de la protection de la production nationale, l'objectif recherché à travers ces suspensions est la canalisation et l'orientation des ressources rares vers des créneaux concurrents au développement de l'économie.

En matière de régulation du marché, le cahier des charges, simple habilitation administrative, sans objectif précis ni responsabilité dans la distribution des produits, va être revu pour continuer un véritable instrument de régulation, d'orientation et de contrôle. La dissolution du comité Ad-hoc en 1995 marquait le début d'une libéralisation totale des échanges, le règlement N°95-07 du 23 septembre 1995 relatif au contrôle des charges en vertu de l'article 9 qui stipule :

« A toute personne physique ou morale, résidente en Algérie, par les biais d'un intermédiaire agréé, contre monnaie nationale tout montant en devises devant être payé en vertu d'un engagement contracté régulièrement et en conformité avec la réglementation des échanges et du commerce extérieur »

¹ Circulation N° 625 du 18/10/1992 relative à la réorganisation de la gestion du commerce extérieur par de nouvelles règles concernant les opérations d'importation et d'accès à la devise.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

Enfin, tout ce dispositif, sont tous transitoires, ne doit pas faire perdre de vue qu'il y a nécessité de donner une base légale et réglementaire à l'organisation du commerce extérieur mais quels que soient les textes à mettre en place. Un commerce extérieur libre resterait un vœu pieu sans la mise en place d'instruments de régulation, sans l'assèchement des liquidités du dinar qui font qu'actuellement, tout le monde est grossiste importateur d'où une éventuelle loi sur le registre de commerce et un encadrement de cette activité.

Étant entendu, qu'une véritable liberté de commerce extérieur passe par la constitution d'une quantité importante de réserves de change confortable et par la convertibilité de dinar.

En attendant, l'instauration du taux de change multiple et du marché libre de la devise, inscrits au programme de travail du gouvernement, peut contribuer à améliorer la situation et redynamiser le commerce, notamment pour ce qui est du fonctionnement de l'appareil de production et des projets jugés prioritaires.

En 1994, l'Algérie négocie un plan d'ajustement structurel (PAS) imposé par les institutions financières internationales, un nouveau régime commercial libéral est mis en place après des années de restrictions administrative et sans préparation au préalable.

La priorité du PAS et de corriger les déséquilibres financiers et monétaires internes et externes et ses objectifs étaient les suivant :

- Améliorer la croissance économique, de manière à absorber l'accroissement de la population active et réduire progressivement le chômage ;
- Assurer une convergence rapide de l'inflation vers les taux en vigueur dans les pays industrialisés ;
- Atténuer les retombées transitoires de l'ajustement structurel sur les parties les plus démunies de la population ;
- Rétablir la viabilité de la position extérieure tout en constituant des réserves de changes suffisantes¹.

Des mesures ont été prises par l'Algérie, afin de réduire les déséquilibres, on peut les classer en trois volets :

- *Des mesures d'ordre budgétaires* qui consistent à la baisse des dépenses publiques par la contraction du budget de fonctionnement et d'équipement, le réaligement des prix relatifs et d'adoption des restrictions sur le commerce et les paiements extérieurs en vu de résorber les pénuries d'un certain nombre de produits de base et d'assurer une affectation efficace des ressources.

En 1994, une hausse des prix du été évaluée à 30% et le déficit global du trésor se situait à un niveau inférieur à 2% en 1995 après avoir atteint 9% en 1993. La modernisation des dépenses publiques a une politique de rigueur monétaire visant à

¹ FMI, « Algérie, Stabilisation et transition à l'économie de marché », Washington 1998, P10.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

contenir la demande globale et à rétablir à terme tant les équilibres intérieurs qu'extérieur.

- Les mesures d'ordre institutionnelles, c'est l'établissement des mécanismes institutionnels et des mécanismes de marché nécessaires pour opérer la transition d'un régime de planification centrale à une économie de marché diversifiée, donc la privatisation constitue un axe essentiel d'où on a changé un ministère spécial pour préparer les premières opérations de privatisation, en 1995 et de restructuration des entreprises publiques.

Les experts du FMI concluent une étude sur le bilan des programmes d'ajustement structurel en estimant que si les résultats macroéconomiques sont dans l'ensemble satisfaisant, les résultats enregistrés au plan extérieur ont été moins impressionnant¹ il en résulte que le PAS, aussi nécessaire soit-il ne peut remplacer un programme de développement efficace.

- Les mesures liées au commerce extérieur : la croissance des exportations doit s'effectuer sur la base des avantages comparatifs tout en encourageant les sociétés et les opérateurs économiques à participer à la production des biens ou de services par le biais des investissements directs ; de ce fait, des mesures d'incitations ont été mises en place pour atteindre cet objectif (réforme fiscale, douanière, ...)

Alors même que le choc de la libéralisation mise en œuvre en 1994 commence à peine à être absorbé, deux nouveaux cycles de libéralisation se sont ouverts sans qu'il soit encore possible de mesurer ni l'étendue ni les conséquences :

- Un premier cycle est celui des libéralisations unilatérales qui sont entreprises dans le cadre de démarches sectorielles internes, à savoir, les transports aériens ou maritimes, des télécommunications, de l'énergie, de l'audiovisuel, etc. ;
- Le deuxième cycle concerne les libéralisations menées (ou envisagées) dans le cadre de négociations avec des partenaires bilatéraux (Afrique du Sud, États-Unis, Nigéria ...), régionaux (zone de l'UMA et accord d'association avec l'Union européenne) ou multilatéraux (accession à l'OMC dont la réouverture du dossier a été exigée par le PAS).

Mener toutes ces opérations de libéralisation de l'économie algérienne sur plusieurs fronts rend la tâche de l'administration plus difficile, ce qui a impacté négativement la réussite de ces réformes, en effet, avant qu'une première réforme livre ses résultats, une autre lui succédera. Ceux qui laissent les opérateurs dans une incertitude.

¹ Finances et développement du FMI et BM juin 1996, P14

Section 2 : Les accords commerciaux de l'Algérie

Dans le sillage des réformes de 1988 et du plan d'ajustement structurel, l'Algérie avait entrepris de réformer sa politique commerciale afin de l'harmoniser avec celle de ses partenaires. La conférence de Barcelone (novembre 1995) faisait entrer le pays dans un nouveau partenariat avec la communauté européenne. Désormais, les relations d'échange devront obéir à la réciprocité pour sortir les relations entre les pays tiers méditerranéens (PTM) et l'UE de l'ère de l'assistance et les installer dans le « partenariat ».

Contrairement aux idées reçues, l'économie algérienne ne bénéficiait pas avant son ouverture d'une protection tarifaire supérieure à celle des économies voisines : 25% pour l'Algérie et le Maroc et 30% pour la Tunisie. L'effort strict en termes de démantèlement tarifaire était donc similaire pour les trois pays. C'est plutôt la protection non tarifaire qui a joué un rôle important dans l'accès au marché algérien.¹

Bien avant la signature de l'accord d'association, l'Algérie avait entrepris de réformer son tarif en vue de le simplifier, d'en faciliter la compréhension par les opérateurs du commerce extérieur et de le crédibiliser aux yeux des partenaires. Parmi ces mesures, figurent la suppression de la valeur administrée, l'abandon de la taxe spécifique additionnelle (TSA) et la réduction de la structure tarifaire à trois taux. Le taux maximum passe en 2001 de 45 à 40% et à 30 seulement à la veille de la signature de l'accord. En termes nominaux, ce démantèlement partiel a fait passer le tarif d'une moyenne simple de 23.4% à 17.5 seulement. L'indicateur de protection (trade restrictiveness) du FMI a été ramené de 10 (maximum) à 7 en 2001 et ce en un laps de temps très court. Le niveau du tarif est notamment plus bas, à cette date, à ceux en vigueur dans certains pays engagés dans l'ouverture commerciale².

2.1. L'Accord d'Association avec l'UE

L'Union européenne est le premier partenaire économique et commercial de l'Algérie, en absorbant plus de 60% des ventes d'hydrocarbure (90% des ventes de gaz) et en fournissant de leur côté 60% des importations³. Cela fait de l'Algérie le deuxième pays méditerranéen après la Turquie pour l'intensité de ses relations commerciales avec l'Union.

¹AMIOT F. SALAMA O "Logistical Constraints on International Trade in the Maghreb", Document de travail de recherche sur les politiques, Numéro de rapport 1598, Volume N° 1, Banque Mondiale, mai 1996.

²FMI : rapport Algérie 2001, Disponible sur : www.imf.org. (Consulté le 20/05/2023).

³Le Ministre du Commerce, lors du forum d'El Moudjahid tenu le 27 novembre 2002 à Alger.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

Les exportations vers l'Union européenne sont passées, en moyenne annuelle, de 15 milliards d'USD, entre 2002 et 2004, à 36,3 milliards d'USD en 2011, soit une augmentation de 140%. Nous soulignons à ce niveau que ces exportations sont constituées à hauteur de 97% par des hydrocarbures. Les exportations des produits manufacturés et des produits agricoles et alimentaires sont passés de 552 millions USD en 2005 à 1 milliard d'USD en 2010 soit une augmentation de 81%.

L'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Union européenne est un partenariat de grande envergure dont les retombées sont tout à la fois économiques, financières, sociales, culturelles, technologiques, politiques et sécuritaires entre les deux parties, pour les objectifs suivants¹:

- Réduire l'asymétrie qui frappait les échanges entre les deux rives, et fixer les conditions de la libéralisation progressive des échanges des biens, de service et de capitaux.
- Fournir un cadre approprié au dialogue politique entre les parties afin de permettre le renforcement de leurs relations et de leur coopération dans tous les domaines économique, financier, social.
- Encourager l'intégration maghrébine en favorisant les échanges et la coopération au sein de l'ensemble maghrébin et entre celui-ci et la Communauté européenne et ses états membres.

L'accord d'association signé en 2002 a rentré en vigueur en 1 décembre 2005 en vue de l'établissement d'une zone de libre échange pendant la période de douze années pour opérer le démantèlement. Les produits²industriels dominent largement le nombre de positions tarifaires (83,9%). Vient ensuite la catégorie « autres » produits avec 10,5%.

Les produits de l'agriculture, transformés ou non et ceux de la pêche se partagent le reste. Les produits industriels sont distribués sur trois listes : 40% dans la première (matières premières et demi produits), 21% dans la deuxième (biens d'équipement) et 39% dans la troisième (biens de consommation). Tel que présenté, l'échéancier du démantèlement semble prendre en charge le souci d'une protection effective, laissant un sursis plus long aux secteurs

¹Cnuced (2002), «rapport sur l'Algérie».

²La liste 01 concerne les matières premières et demi produits. Le démantèlement est total dès l'entrée en vigueur de l'accord. Après une période de grâce de 02 années, la liste concernant les biens d'équipement sera exposée à son tour au démantèlement tarifaire sur un délai de 7 ans. Pour la liste 03, qui concerne les biens de consommation industriels, le démantèlement s'étalera sur 12 ans.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

à forte valeur ajoutée. Avec cet accord, le pays s'est engagé à démanteler le tarif de plus de 50% de son commerce.

Les principales dispositions économiques de l'AAUE conclu par l'Algérie sont les suivantes.

2.1.1. La Zone de libre-échange

Au centre de l'accord est la libéralisation progressive du commerce des biens et des services, ainsi qu'une libéralisation accrue des mouvements de capitaux. L'accord prévoit la mise en place sur 12 ans, au moyen de l'élimination graduelle des droits de douanes, d'une zone de libre-échange pour la plupart des produits industriels, ainsi qu'un accès préférentiel pour certains produits agricoles¹.

Entre l'UE et les pays tiers méditerranéens (PTM) a pour but de réduire l'asymétrie qui frappait les échanges entre les deux rives. A cet effet, l'UE a mis en place des instruments financiers (Programmes MEDA) et d'assistance technique pour aider les PTM à absorber les chocs de l'ouverture. La mise à niveau des entreprises, des banques et de l'environnement des affaires sont explicitement visés par ces programmes.

Selon le rapport de CNUCED de 2017². Les pouvoirs publics algériens ont exprimé leur scepticisme quant aux retombées de cet accord une première fois en le gelant unilatéralement en 2010 sur une durée de deux années et une seconde fois en 2015 en demandant sa renégociation. En 2009, le gouvernement algérien fait une évaluation globalement négative

- Le volet commercial aurait reçu une attention particulière par rapport à l'investissement et la mobilité des personnes. Les flux d'investissements européens vers l'Algérie sont à peine de 500 millions de dollars, soit le tiers de l'ensemble des IDE reçus par le pays ;
- le démantèlement tarifaire a induit des pertes en recettes douanières (2005-2009) de l'ordre de 2,5 milliards de dollars. Ce chiffre atteindrait 8,5 milliards de dollars sur 2010-2017 ;
- les exportations hors hydrocarbures demeurent marginales car soumises à des obstacles non tarifaires pénalisant la création et le développement de certaines industries locales naissantes.

¹ Rapport de FMI, N° 06/101, Mars 2006, P.4. Disponible sur : www.imf.org. (Consulté le 05/06/2023).

²Cnuced (2017), «rapport sur l'Algérie».

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

Après de longues négociations, un compromis est trouvé (en 2012) sur le report de la fin du démantèlement tarifaire à 2020 au lieu de 2017. Le nouveau schéma de démantèlement concerne les produits industriels et agricoles¹.

Concernant le volet industriel, la révision du démantèlement tarifaire concerne les deuxième et troisième listes de l'accord, la première (matières premières et demis produits) ayant été complètement démantelée dès la mise en œuvre de l'accord en 2005².

Dans le volet agricole, la révision prévoit l'annulation de 25 contingents tarifaires accordés à l'UE, l'abrogation de préférences tarifaires sur deux produits et la modification de deux contingents. La négociation aboutit aussi à la réouverture de neuf contingents agricoles et agroalimentaires sur les 36 fermés en 2010.

2.1.2. Harmonisation du cadre de réglementation

Comme tous les autres accords, le deuxième élément fondamental de l'accord Algérie-UE est l'harmonisation de la réglementation commerciale algérienne au moyen d'une suppression progressive de toutes les pratiques qui faussent le commerce entre les partenaires, notamment les monopoles, les aides publiques ou les privilèges accordés à des entreprises publiques. L'AAUE prévoit l'harmonisation des normes (dans les transports, les télécommunications, etc.) et des systèmes de réglementation visant la comptabilité et les services financiers, les statistiques et les douanes. Une assistance technique et financière sera accordée à l'Algérie en vertu des programmes MEDA de l'UE pour l'aider à adopter les normes techniques internationales et celles de l'UE. Cet effort d'adaptation est indispensable pour restructurer l'industrie algérienne et pour diversifier son économie en assurant un meilleur accès des produits industriels et manufacturés de l'Algérie aux marchés mondiaux et de l'UE³.

2.2. L'intégration régionale de l'Algérie au sein de l'Union du Maghreb Arabe

L'Algérie a signé des conventions avec la plupart des pays arabes en vue de la facilitation et de la promotion des échanges avec eux, mais elles sont restées sans grand effet sur leur commerce. Avec la Libye, c'est en 1973, que la convention a été signée, mais non pas appliquée par l'Algérie, même si la partie libyenne accorde, en vertu d'une loi interne,

¹Ministère du Commerce : www.mincommerce.gov.dz. (Consulté le 20/05/2023).

²L'accord d'association prévoit qu'aucune liste de produits industriels ne peut faire l'objet de révision trois années après être totalement démantelée.

³Rapport de FMI, N° 06/101, Mars 2006, P.6. Disponible sur : www.imf.org. (Consulté le 05/06/2023).

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

l'exonération des droits de douanes à tous les produits d'origine des pays arabes y compris l'Algérie. Avec la Tunisie, une convention a été signée en 1981 prévoyant l'exonération des taxes et droits de douanes entre les deux pays, mais elle fut gelée par la partie algérienne en 1996, même chose avec celle signée avec le Maroc en 1989. Avec la Mauritanie, une convention commerciale a été introduite en 1996, n'a pu être ratifiée qu'en 2005, et n'est toujours pas mise en application. La convention commerciale et tarifaire signée avec la Jordanie en 1997, est appliquée par les deux parties, et prévoit l'exonération des droits des douanes et des taxes et impôts d'effet équivalent aux droits de douanes, sauf les marchandises figurant sur une liste négative jointe à la convention.

En plus de la signature du traité, le Sommet de Marrakech¹ qui a été précédée par la réunion des cinq chefs d'Etat de Zeralda Maghreb (Algérie) le 10 Juin 1988 a adopté une déclaration solennelle sur la création de l'UMA et le programme de travail de l'Union.

Ils se sont fixé les objectifs suivants :

- La consolidation des rapports de fraternité qui lient les Etats membres et leurs peuples ; la réalisation du progrès et du bien-être de leurs communautés et la défense de leurs droits ;
- La réalisation progressive de la libre circulation des personnes des services, des marchandises et des capitaux entre les Etats membres ;
- L'adoption d'une politique commune dans tous les domaines. En matière économique, la politique commune vise à assurer le développement industriel, agricole, commercial et social des Etats membres.

Le Maghreb peut constituer un marché important dans la région du bassin méditerranéen qui pourrait contribuer au renforcement de l'attractivité du Maghreb². 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 concentrent essentiellement sur ces deux pays voisins, à savoir le Maroc et la Tunisie.

¹Site web des Nations Unies, Commission économique pour l'Afrique, UMA-Union du Maghreb Arabe, www.archive.uneca.org. (Consulté le 21/05/2023).

² OUKACI K., KHERBACHI H, Intégration des économies magrébines et partenariat euro-méditerranéen, état des lieux, Ouvrage collectif, Europe et Maghreb, Voisinage immédiat, Distanciation stratégique, Alger, CREAD, (2010), P-P 75-92.

2.3. La Grande Zone Arabe de Libre Echange (GZALE)

Dans le cadre du développement des échanges commerciaux entre les pays arabes, le Conseil Economique et Social de la Ligue des Etats Arabes (C.E.S), a décidé en date du 22 Février 1978, d'élaborer une convention pour la facilitation des échanges commerciaux entre les pays arabes.

Cette Convention a été adoptée à Tunis le 10 Février 1981. Elle a pour objectifs la libéralisation des échanges commerciaux entre les pays arabes et la facilitation des services liés au commerce. Le C.E.S a réactivé cette Convention en date du 13 Septembre 1995. Lors du Sommet des Chefs d'États Arabes en Juin 1996, il a été question de réaliser un projet plus avancé, qui est le Programme Exécutif pour la mise en place d'une Grande Zone Arabe de Libre Échange à partir de Janvier 1998.

Ce projet fût adopté en 1997, et tout pays arabe désirant adhérer à cette Zone, doit ratifier la Convention de Facilitation et de Développement des Échanges Commerciaux entre les Pays Arabes et s'engager officiellement à appliquer le Programme Exécutif qui avait pour objectif la mise en place d'une Zone de Libre Échange dans un délai de 10 ans à partir de Janvier 1998, avec un abattement linéaires des droits de douanes de 10 % par an¹.

Il a adopté aussi :

- le principe de traitement national arabe ;
- le principe de la transparence ;
- le principe de l'échange d'informations ;
- le principe de la consolidation des tarifs.

Les mesures relatives aux dispositions de traitement des déséquilibres de la balance des paiements, résultant de l'application du Programme Exécutif.

Trois organes sont a mis en place pour le suivi de cette zone, il s'agit du:

- le Comité du Suivi et d'Exécution
- Le Comité des négociations commerciales
- Le Comité des règles d'origine.

¹ Site web du Ministère Du Commerce et de la Promotion des Exportations : www.commerce.gov.dz. (Consulté le 06/06/2023).

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

2.3.1. Situation Actuelle De Cette Zone.

- Pays arabes qui ont ratifié la Convention de Facilitation des Echanges Commerciaux intra-arabes : Algérie, Jordanie, Syrie, Emirats Arabes Unis, Bahreïn, Tunisie, Arabie Saoudite, Irak, Sultanat d'Oman, Qatar, Koweït, Liban, Libye, Egypte, Maroc, Yémen, Mauritanie, Palestine, Soudan, (soit 19 pays).
- Pays qui n'ont pas encore ratifié la convention : Iles Comores, Djibouti, Somalie (soit 3 pays).
 - Pays qui appliquent le programme exécutif de la G.Z.A.L.E : Algérie, Jordanie, Syrie, Emirats Arabes Unis, Bahreïn, Tunisie, Arabie Saoudite, Irak, Sultanat d'Oman, Qatar, Koweït, Liban, Libye, Egypte, Maroc, Soudan, Yémen et Palestine (soit 18 pays).
- Pays qui n'appliquent pas à ce jour le programme exécutif : Mauritanie.
- Le parachèvement de l'installation de cette Zone a été réalisé début Janvier 2005, et depuis, l'ensemble des produits d'origine arabe sont échangés en franchise totale.
- Au mois d'août 2004 il fut promulgué le décret présidentiel n°223 portant ratification de l'Algérie de la convention de facilitation et de développement des échanges commerciaux entre les pays Arabes.
- L'Algérie a déposé le dossier d'adhésion à la GZALE auprès du Secrétariat Général de la Ligue Arabe le 31 décembre 2008.
- Après l'engagement officiel pris par le Gouvernement algérien d'appliquer le programme exécutif de cette zone, Les échanges commerciaux entre l'Algérie et les pays arabes membres de la GZALE ont commencé à bénéficier de la franchise totale à partir du 01 janvier 2009.
- Un point focal a été installé au niveau du Ministère du Commerce pour la gestion et le suivi du programme exécutif, qui travaille en étroite relation avec les points focaux des autres pays membres de la GZALE et le Secrétariat Général de la Ligue Arabe. Le suivi de cette zone est assuré par le comité d'évaluation et de suivi installé au niveau de la
- CACI et qui regroupe en plus des secteurs concernés, les associations patronales¹.

¹ Site web du Ministère Du Commerce et de la Promotion des Exportations : www.commerce.gov.dz. (Consulté le 06/06/2023).

2.4. Le Système Généralisé des Préférences commerciales (SGP) avec les USA

Depuis 2004, les produits algériens sont éligibles au SGP américain qui est un système par lequel les États Unis accordent une franchise de droits de douanes pour un certain nombre de produits. Le bénéfice de cet avantage est conditionné par l'exportation directe de l'Algérie vers les USA sans passer par le territoire d'un autre pays, sauf en transit, et que tous les documents : factures, connaissement et autre pièces doivent indiquer les USA comme destination finale¹.

Le système de l'économie planifiée n'a pas servi l'économie de l'Algérie, ce qui a nécessité sa réorientation vers l'économie de marché dès 1994, par l'adoption de plusieurs politiques pour libéraliser le commerce extérieur et améliorer les exportations hors hydrocarbure. Cela ne peut se réaliser que par la démonopolisation des activités commerciales et la création en abondance des PME productives considérées comme le moteur essentiel d'une croissance interne et seules créateurs de richesse durable. La majorité des PME en Algérie sont donc nées à partir de la fin des années 1980, et avant cette date, les PME n'ont joué qu'un rôle mineur dans l'économie nationale.

2.5. La probable adhésion de l'Algérie à l'OMC

Au titre de l'article XII régissant l'accession à l'OMC tout pays souhaitant adhérer devait le faire. L'Algérie comme beaucoup de pays a fait le choix d'adhésion à l'OMC, elle a fait ainsi le choix de s'ouvrir à la concurrence internationale, et de participer activement à la dynamique du commerce international².

L'Algérie a fait sa demande d'adhésion au GATT, le 03 juin 1987, avant la transition de ce dernier vers l'OMC, mais la procédure n'a pas pu progresser en raison de la crise qu'a connue l'Algérie durant les années 1990. La première réunion du groupe de travail a été tenue en 1998, les sujets qu'il examine sont entre autres les suivants : l'agriculture, le régime douanier, le commerce d'Etat, la transparence et la réforme du système juridique, et l'ADPIC.

¹Direction de la promotion des exportations, mars 2007.

²Article XII « Tout Etat ou territoire douanier distinct jouissant d'une entière autonomie dans la conduite de ses relations commerciales extérieures et pour les autres questions traitées dans le présent accord et dans les accords commerciaux multilatéraux pourra accéder au présent accord à des conditions à convenir entre lui et l'OMC. Cette accession vaudra pour le présent accord et pour les accords commerciaux multilatéraux qui y sont annexés

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

Des discussions initiales ont eu lieu sur l'accès aux marchés pour les marchandises et l'examen des modalités d'admission ont commencé¹.

Jusqu'à là l'Algérie avait le statut d'observateur. Pour faire partie de l'OMC, l'Algérie doit satisfaire un cahier des charges qui ne laisse rien au hasard : ouverture totale du marché, mise à niveau effective et de toute la réglementation juridique et administrative, et soumettre l'économie à la loi des marchés. Afin de rendre conforme le régime algérien avec les exigences de l'OMC, un projet de loi sur le commerce extérieur a été adopté par le conseil des ministres le 07 juillet 2003. La loi de finance complémentaire pour 2007, intervient pour favoriser et soutenir les exportations. Depuis son institution en 1995, le Groupe de travail de l'OMC chargé de l'accession de l'Algérie a tenu 10 réunions formelles et deux réunions informelles dont la dernière s'est déroulée le 30 mars 2012², les pouvoirs publics algériens n'ont cessé d'étaler des actions et de préfigurer d'autres :

- Lutter contre l'économie informelle.
- Signature d'accords bilatéraux avec une multitude de partenaires (Italie, France, Qatar).
- Amélioration de son attractivité vis-à-vis des investissements étrangers (Renault ...)
- Annonce d'une réforme du code des marchés, etc.

L'accession de l'Algérie à l'OMC peut lui permettre de bénéficier des avantages que peut tirer un pays en développement en institutionnalisant son ouverture, à savoir : participer à la mise en œuvre d'un système international de régulation, mieux se défendre contre les sanctions unilatérales des pays riches, affirmer son engagement dans un processus irréversible de libéralisation et accroître la crédibilité des réformes. En contre partie, elle lui fera tous les inconvénients d'une telle institutionnalisation, en particulier, la restriction de la marge de manœuvre de l'État pour aider les opérateurs économiques nationaux à affronter la concurrence internationale³.

¹Le Ministre du Commerce, lors du forum d'El Moudjahid tenu le 27 novembre 2002 à Alger

²Site officiel du Ministère Du Commerce Et De La Promotion Des Exportations : www.commerce.gov.dz (Consulté le 21/05/2023).

³MIMOUNE L, KHELADI M, Mémoire fin cycle, Spécialité Finance et Commerce International « La politique de l'Etat dans le secteur du commerce extérieur », Université A. Mira de Bejaïa, Année 2013, P.29.

Section 3 : Etat des lieux du commerce extérieur algérien

Dans une économie mondiale de plus en plus ouverte, le commerce international évolue sans cesse, il est en changement perpétuel. L'économie algérienne n'est pas restée en marge de ces changements, le commerce extérieur jouit depuis longtemps, en Algérie d'un rôle économique.

Dans cette section, nous allons analyser l'évolution du commerce extérieur algérien à travers l'évolution des importations et les exportations.

3.1. Tendances générales

Les résultats globaux obtenus en matière des réalisations des échanges extérieurs de l'Algérie pour la période de l'année 2015 font ressortir un déficit de la balance commerciale de 13,71 milliards de dollars US, contre un excédent de 4,31 milliards de dollars US enregistré durant l'année 2014. Cette tendance s'explique simultanément par la baisse des importations et des exportations enregistrées durant la période suscitée.

En termes de couverture des importations par les exportations, les résultats en question, dégagent un taux de 73% en 2015 contre 107% enregistré en 2014¹.

Tableau N°03 : Résultat de la balance commerciale (Période 2014-2015).

Valeur en millions

	Année 2014		Année 2015		Evolution (%)
	Dinars	Dollars	Dinars	Dollar	
Importation	4719708	58580	5173301	51501	-12,08
Exportation	5065671	62886	3795139	37787	-39,91
Balance Commerciale	345963	4306	-1378162	-13714	
Taux de couverture (%)	107		73		

Source : www.douane.gov.dz

Le tableau N°03 nous montre à travers le taux de couverture que la balance commerciale a été excédentaire pour la période 2014, et déficitaire pour la période 2015.

¹ Site web de Direction Générale des Douanes : www.douane.gov.dz. (Consulté le 01/06/2023).

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

Tableau N°04 : Récapitulatif des résultats de la balance commerciale (période 2012-2018)

Valeur en millions USD

Années	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Exportation	50375	55028	58580	51501	47089	46059	46197
Importation	71866	64974	62886	37787	30026	35191	41168
Balance Commerciale	21490	9946	4306	-13714	-17063	-10868	-5026
Taux de couverture (%)	143	118	107	73	64	76	89

Source : Etablie par nous-mêmes à partir des données du site web de douane : www.douane.gov.dz.

D'après les données du tableau N°04 on constate que :

Les exportations algériennes sont en hausse depuis l'année 2012 en passant de 50 375 Millions USD en 2012 pour atteindre une valeur de 58 580 Millions USD en 2014. Ces exportations ont connues une baisse est passant de 58 580 Millions USD en 2014 à 47 089 en 2016. On peut dire que l'augmentation des exportations durant cette période est liée directement au secteur de l'énergie qui occupe une place très importante dans les exportations algériennes.

La tendance générale des importations algériennes est décroissante et l'évolution est très rapide en passant de 71 866 Millions USD en 2012 à 30 026 Millions USD en 2016.

En ce qui concerne la balance commerciale, elle a enregistré un excédent commercial important en 2012 avec un montant de 21 490 Millions USD. En 2015 une chute brutale a été enregistrée dans la balance commerciale, qui est dû a une instabilité économique issu de problèmes politique, du non aboutissement des réformes engagé, et enfin la variation sur le prix des hydrocarbures.

3.2. Structure des échanges extérieurs

3.2.1. A l'importation

Les importations Algérienne de 2015 ont diminué de 12,08% par rapport à l'année 2014, passant de 58,58 milliards de dollars US à 51,5milliards de dollars US.

Leur répartition par groupe de produits au cours de l'année 2015, fait ressortir à travers le tableau N°05 des baisses pour les groupes «biens d'équipements» de 9,74%, les «biens alimentaires» avec une proportion de 15,37%, les «biens destinés à l'outil de production» de 9,88 % et enfin, les «biens de consommation non alimentaires» de 16,81%.

Leur répartition par groupe de produits au cours de l'année 2016, fait ressortir à travers le tableau N°05 des baisses pour les groupes «biens alimentaires» de 11,72%, les «biens destinés à l'outil de production» avec une proportion de 10,25%, les «biens d'équipements» de 10,4 % et enfin, les «biens de consommation non alimentaires» de 4,62%. On remarque aussi une baisse de 2,4% des importations de l'année 2017 par rapport à l'année 2016, passant de 47,08 milliards de dollars US à 45,95 milliards de dollars US

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

Leur répartition par groupe de produits au cours de l'année 2018, fait ressortir à travers le tableau ci-après des hausses pour les groupes «biens des consommation alimentaires et non alimentaires» avec les parts respectives de 1,60%, et 14,63 , et des baisses pour les «biens destinés à l'outil de production» avec une proportion de 4,36%, et les «biens d'équipements» de 4,18%¹ .

Tableau N°05 : Groupes de produits a l'importation (Période 2014-2018).

Valeur millions USD

Groupes de Produits	2014		2015		2016		2017		2018	
	Valeur	Struc %								
Biens Alimentaires	11005	18,79	9314	18,02	8224	17,60	8437	18,36	8573	18,56
Biens Destines A L'outil De Production	17622	30,08	15881	30,89	14333	30,67	14497	31,54	13872	30,03
Biens D'equipements	19619	33,49	17709	34,1	15895	34,02	14573	31,71	13996	30,30
Biens De Consommation Non Alimentaires	10334	17,64	8597	16,78	8275	17,71	8450	18,39	9756	21,12
TOTAL	58580	100%	51501	100%	46727	100%	45957	100%	46197	100%

Source : Etablie par nous-mêmes a partir des statistique des douanes, le site web: www.douane.gov.dz.

3.2.2. A l'exportation

Les hydrocarbures représente l'essentiel des exportations à l'étranger durant l'année 2014 jusqu'à l'année 2018 comme on peut le voir dans le tableau N°06, avec une part de 94,54 du volume globale des exportations.

Les exportations « hors hydrocarbures », qui restent toujours marginales, avec seulement 5,46% du volume global des exportations soit l'équivalent de près de 1,89 milliard de Dollars US

Les groupes de produits exportés en dehors des hydrocarbures sont constitués essentiellement par des demi-produits qui représentent une part de 3,98% du volume global des exportations soit l'équivalent de 1,38 milliard de Dollars US, des biens alimentaires avec une part de 1% , soit 348 millions de Dollars US, des produits bruts et des biens d'équipements industriels avec une part identique de 0,21%, et enfin des biens de consommation non alimentaires avec la part de 0,06%. Les principaux produits hors hydrocarbures exportés sont ²:

¹Idem. (Consulté le 01/06/2023).

²Site web de Direction Générale des Douanes : www.douane.gov.dz. (Consulté le 01/06/2023).

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

Tableau N°06 : Produits principaux a l'exportation (Période 2014-2018).

Valeur millions USD

Principaux Produits	2014		2015		2016		2017		2018	
	Valeur	Struc %								
Huiles Et Autres Produits Provenant De La Distillation Des Goudrons	988,55	36,35	588,07	28,51	395,74	21,92	530,01	27,91	613,63	21,68
Ammoniacs Anhydres	567,81	21,99	502,31	24,35	322,93	17,89	341,76	18,00	446,75	15,79
Engrais Minéraux Ou Chimiques Azotes	292,42	11,33	438,85	21,27	447,73	24,80	323,71	17,05	917,47	32,42
Sucres De Canne Ou De Betterave	228,14	8,84	142,85	7,24	231,19	12,81	225,46	11,87	233,03	8,23
Phosphate De Calcium	95,96	3,72	95,29	4,62	71,85	3,98	55,13	2,90	50,95	1,80
Dattes	38,79	1,50	34,44	1,67	37,53	2,08	51,37	2,71	64,19	2,27
Hydrogene , Gaz Rares	47,01	1,82	24,95	1,21	23,38	1,30	43,11	2,27	37,80	1,34
Alcools Acycliques	47,32	1,83	35,30	1,71	33,65	1,86	31,59	–	–	–
Machines A Laver Le Linge	–	–	–	–	13,67	0,76	30,68	1,62	27,12	0,96
Hydrocarbures Cycliques	123,74	4,79	37,01	1,79	43,35	2,40	27,06	1,42	24,93	0,88
Sous Total	2392	92,62	1916	92,87	1621	89,81	1660	87,41	2449	86,53
Total	2582	100	2063	100	1805	100	1899	100	2830	100

Source : Etablie par nous-mêmes a partir des statistique des douanes, le site web: www.douane.gov.dz.

Commentaire

L'exportation des huiles Et Autres Produits Provenant De La Distillation Des Goudrons occupe la première place durant la période 2014-2018.

3.3. Les principaux partenaires commerciaux

3.3.1. Les principaux fournisseurs

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

En ce qui concerne la répartition des importations par partenaire commercial, les cinq premiers fournisseurs de l'Algérie représentent 47,94 % des importations globales et ce, pour le premier trimestre de l'année 2020. Bien que les importations des biens Originaires de la Chine aient connu un repli de l'ordre de 32,33 %, cette dernière est érigée en principal fournisseur durant le premier trimestre de cette année.

Elle a contribué à hauteur de 16,99 % des importations de l'Algérie, suivie par la France, l'Italie, l'Espagne et l'Allemagne, avec les parts respectives de 10,44 %, de 8,13 %, de 6,25 % et de 6,13%¹.

Tableau N°07 : Principaux pays fournisseurs de l'Algérie (Année 2020)

Unité : Millions USD

Principaux Fournisseurs	Valeur	Structure (%)	Taux Cumulé(%)	Evolution (%)
Chine	1 549,79	16.99	16.99	-32.33
France	951.93	10.44	27.43	-10.62
Italie	741.71	8.13	35.56	-11.04
Espagne	570.36	6.25	41.81	-28.38
Allemagne	558.78	6.13	47.94	-36.11
Etat Unis D'Amérique	488.35	5.35	53.29	75.82
Turquie	421.45	4.62	57.91	-33.56
Argentine	326.62	3.58	61.49	-30.09
Brésil	277.37	3.04	64.53	-9.12
Fédération de Russie	271.17	2.97	67.50	32.06
Ukraine	204.80	2.25	69.75	33.19
Inde	194.57	2.13	71.88	-17.90
Repe de Corée	189.72	2.08	73.96	-27.40
Egypte	167.50	1.84	75.80	22.07
Arabie saoudite	118.29	1.30	77.10	-20.69
Sous totale	7032.47	77.10	—	-19.06
Reste du monde (143 pays)	2089	22.90	100%	-21.02
Totale	9121.76	100%	—	-19.52

Source : Données Statistiques du commerce extérieur en Algérie, Site web: www.douane.gov.dz.

¹Site web de la Direction Générale des Douanes : www.douane.gov.dz. Consulté le 07/07/2023.

Chapitre I : Un bref tour d’horizon du commerce extérieur algérien

3.4.1. Les principaux clients

Les cinq premiers clients de l’Algérie ont atteint durant le premier trimestre de l’année 2020, une part près de 52,32 % des exportations algériennes, comme repris dans le tableau N°08 ci-contre. A ce titre, l’Italie est le principal client de l’Algérie avec une part de 15,44 %, suivie par la France, la Turquie, l’Espagne et la Chine avec des parts respectives de 13,20 %, 9,26 %, 8,24 % et de 6,19 %¹.

Tableau N° 08: Principaux pays clients de l’Algérie (Période 2020)

Unité : Millions USD

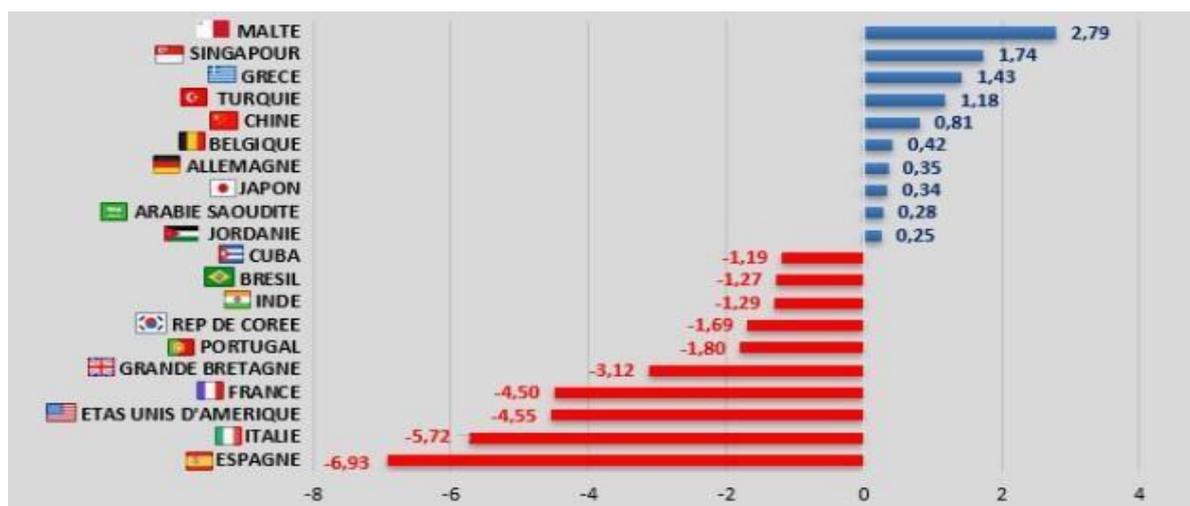
Principaux clients	Valeur	Structure%	Taux cumulé %	Evolution
Italie	1175,90	15,44	15,44	-33,04
France	1 005,35	13,20	28,64	-31,22
Turquie	705,03	9,26	37,89	20,52
Espagne	627,85	8,24	46,13	-52,83
Chine	471,27	6,19	52,32	21,14
Pays bas	351,61	4,62	56,94	-14,55
Etat Unis D’Amérique	322,18	4,23	61,17	-58,86
Malte	283,47	3,72	64,89	188 161,49
Belgique	271,33	3,56	68,45	18,73
Inde	268,58	3,53	71,98	-32,82
Grande Bretagne	235,01	3,09	75,06	-57,40
Tunisie	220,20	2,89	77,95	-30,49
Brésil	197,24	2,59	80,54	-39,52
Singapour	193,67	2,54	83,09	1 007.52
Australie	191,36	2,51	85,60	3,78
Sous total	6 520,03	85,60		-25,42
Reste du monde (92 pays)	1 097,06	14,40	100%	-21,59
Total	7 617,06	100%		-24,89

Source : Données Statistiques du commerce extérieur en Algérie, Site web: www.douane.gov.dz.

Figure N° 1: Les principales contributions à l’évolution des exportations (1^{er} trimestre de l’année 2020)

¹Site web de la Direction Générale des Douanes : www.douane.gov.dz. Consulté le 07/06/2023 P.20.

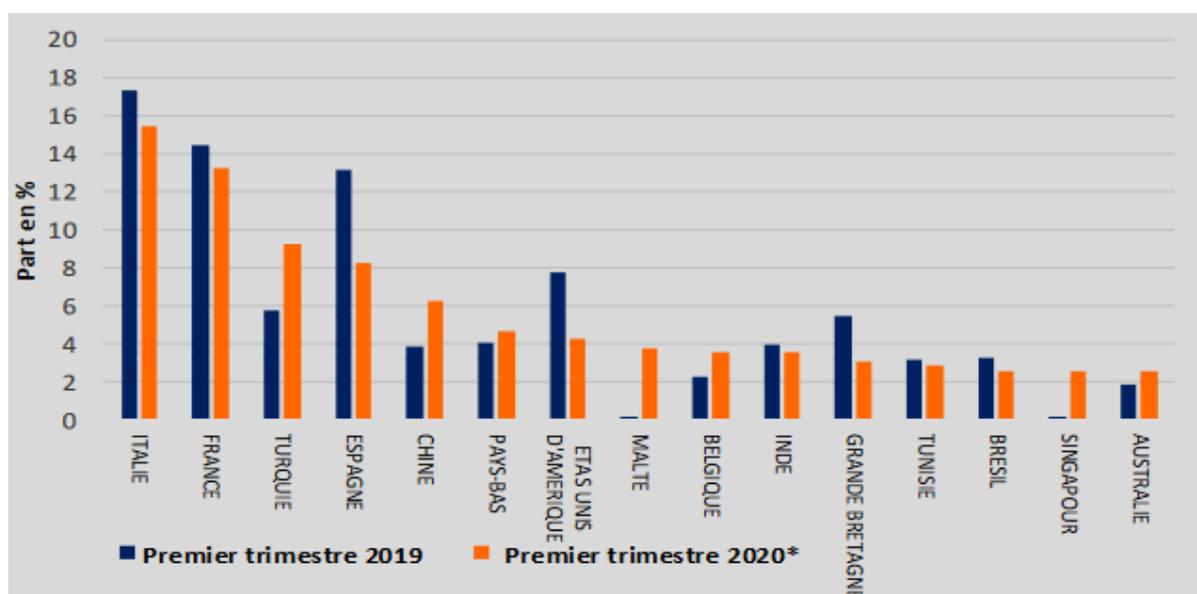
Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien



Source : www.douane.gov.dz. Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie.

Au cours du premier trimestre de l'année 2020, l'Espagne a connu une diminution significative de ses exportations, marquée par un taux négatif de 6,93 % du aux tensions diplomatiques entre les deux pays.

Figure N°2 : Parts des principaux clients (en % du total des exportations) durant le premier trimestre des années 2019-2020.



Source : www.douane.gov.dz. Statistiques du l'Algérie.

Les exportations vers Malte ont connu une augmentation de 283 millions de dollars au cours du premier trimestre de l'année 2020.

Figure N° 3: Soldes bilatéraux au cours du premier trimestre de l'année 2020 Principaux excédents ou déficits (millions USD)



Source : www.douane.gov.dz. Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie.

Le déficit le plus élevé est enregistré avec la Chine, atteignant 1,08 milliard de dollars américains.

3.4. Echanges commerciaux par zone géographique

De l'année 2020, l'exploitation des tableaux joints en termes de répartition des échanges commerciaux (import et export) de l'Algérie par zone géographique au cours du premier trimestre en tableau N°09 montre clairement que l'essentiel de ces échanges reste toujours polarisé sur les partenaires traditionnels.

En effet, les pays de l'Europe enregistrent une part de 58,89 % de la valeur globale des échanges commerciaux au cours du premier trimestre de l'année 2020, soit un montant de 9,86 milliards USD contre 12,77 milliards USD enregistrés durant la même période de l'année 2019.

Les pays de l'Asie viennent en seconde position des flux commerciaux avec une part de 23,66 %, en passant de 4,94 milliards USD après de 3,96 milliards USD pour les périodes considérées¹.

Tableau N°09: Echanges commerciaux de l'Algérie (import-export) Période : Premier trimestre (2019-2020).

Zone géographique	Premier trimestre 2019		Premier trimestre 2020		Evolution %
	Valeur	Structure %	Valeur	Structure %	
Europe	12 774,46	59,48	9 857,38	58,89	-22,84
Dont : Union européen	11 013,29	51,28	8 069,62	48,21	-26,73
Asie	4 944,25	23,02	3 959,79	23,66	-19,91
Chine	2 679,20	12,48	2 021,06	12,07	-24,56
Inde	636,81	2,97	463,15	2,77	-27,27
Rep de Coree	594,27	2,77	351,52	2,10	-40,85

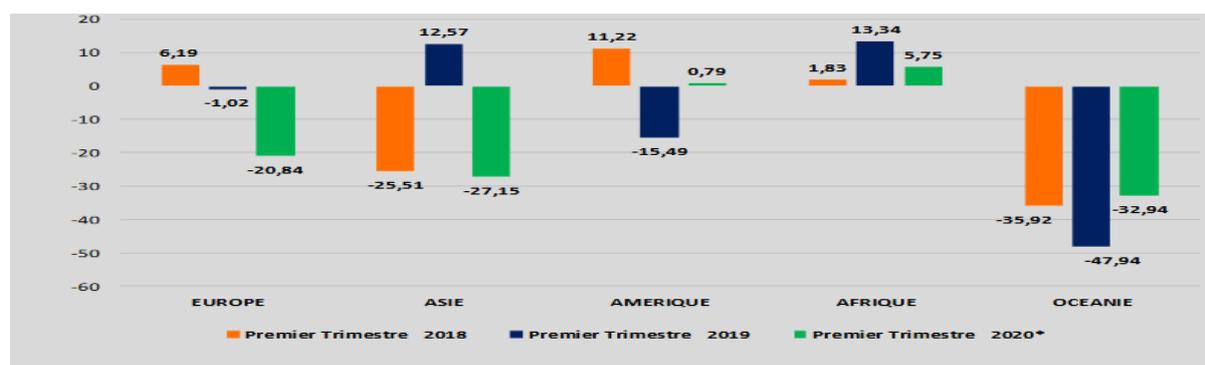
¹ Ibid. P.22.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

Autre	3 756,62	17,49	2 921,68	17,45	-22,23
Total générale	21 475,33	100%	16 738,85	100%	-22,06

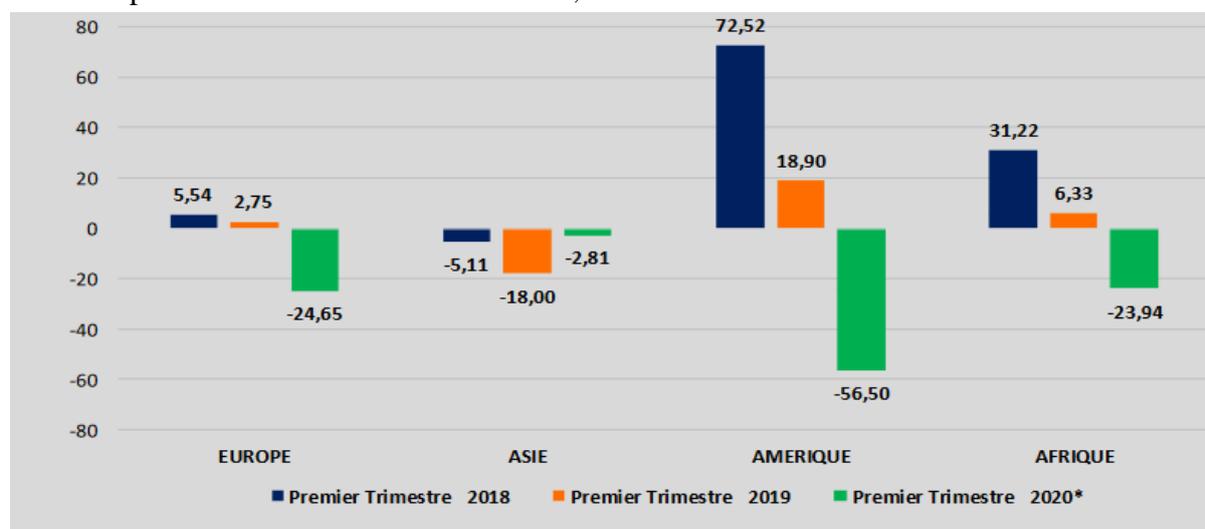
Source : Statistique du commerce extérieur en Algérie : www.douane.dz.

Figure N° 4 : Evolution des taux de croissance des importations par zone géographique durant le premier trimestre des années 2018, 2019 et 2020.



Source : www.douane.gov.dz. Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie.

Figure N° 5 : Evolution des taux de croissance des exportations par zone géographique durant le premier trimestre des années 2018, 2019 et 2020.



Source : www.douane.gov.dz. Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie.

3.4.1. Les pays de l'Europe

L'Europe demeure le principal partenaire de l'Algérie, représentant respectivement 52,87 % des importations et 66,10 % des exportations au cours du premier trimestre de l'année 2020. Comparé au premier trimestre de 2019, les importations provenant d'Europe ont diminué d'environ 20,85 %. De même, les exportations de l'Algérie vers ces pays ont connu une baisse de plus de 1,65 milliard de dollars américains, équivalant à un taux de 24,65 %.

3.4.2. Les pays de l'Asie

Chapitre I : Un bref tour d’horizon du commerce extérieur algérien

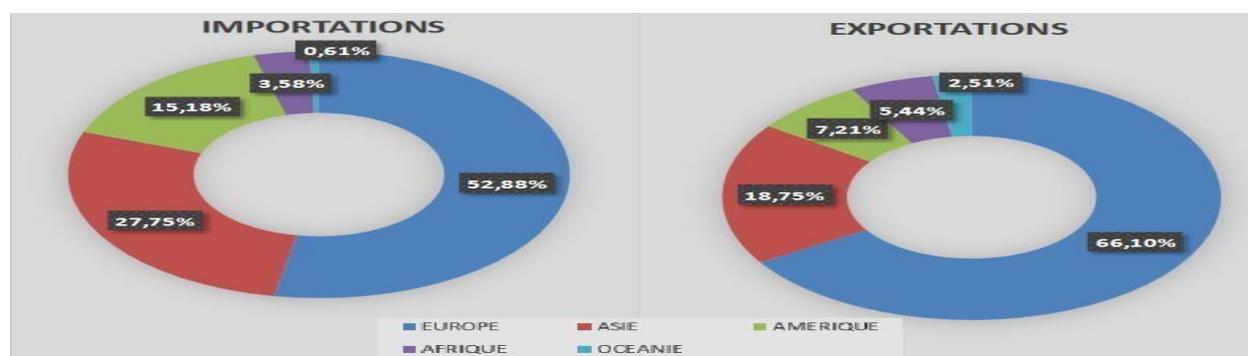
Les pays de la région asiatique occupent la deuxième place en termes d'importations et d'exportations pour l'Algérie, représentant respectivement 27,75 % et 18,75 %. Par rapport au premier trimestre de 2019, les exportations vers les pays asiatiques ont connu une légère baisse de plus de 2,80 %, passant de 1,47 milliard de dollars américains à 1,43 milliard de dollars américains au cours de la période considérée. En revanche, les importations en provenance d'Asie ont enregistré une diminution notable d'environ 943,08 millions de dollars américains, correspondant à un taux d'environ 27,14 %. Il convient de noter que la majeure partie des échanges commerciaux de l'Algérie avec cette région sont réalisés avec la Chine (principal fournisseur de l'Algérie), suivie par l'Inde et la République de Corée, avec des parts respectives de 12,07 %, 2,77 % et 2,10 %.

3.4.3. Les autres régions

Les échanges commerciaux entre l'Algérie et les autres régions géographiques se caractérisent par des proportions relativement faibles. En effet, le volume total des échanges avec les autres régions géographiques (Amérique, Afrique, Océanie) a connu une diminution de 22,23 % par rapport aux résultats enregistrés au cours du premier trimestre de l'année 2019, passant de 3,76 milliards de dollars américains à 2,92 milliards de dollars américains. Il est important de noter les points suivants de manière significative :

- Le volume global des échanges avec les pays d’Amérique a enregistré une baisse de plus d’un quart (26,64 %) par rapport au premier trimestre de l’année 2019, en passant de 2,64 milliards USD à 1,93 milliard USD durant le premier trimestre de l’année 2020.
- Le volume des échanges avec les pays de l’Afrique a enregistré une baisse de 13,19 % par rapport au premier trimestre de l’année 2019, en passant de 853,44 millions USD à 740,91 millions USD.
- Les pays de la région de l’Océanie ont enregistré une diminution dans la valeur globale de leurs échanges avec un taux de 7,65 % durant le premier trimestre de l’année 2020, en passant de 267,80 millions USD à 247,31 millions USD durant la période considérée.

Figure N°6 : Répartition des importations et des exportations par zone géographique au cours du premier trimestre de l’année 2020.



Source : www.douane.gov.dz. Statistiques du commerce extérieur de l’Algérie.

Chapitre I : Un bref tour d'horizon du commerce extérieur algérien

En conclusion, l'évolution du commerce extérieur en Algérie reflète les défis auxquels le pays est confronté dans sa quête de diversification économique et de réduction de sa dépendance à l'égard des hydrocarbures. Bien que des progrès aient été réalisés, il reste encore beaucoup à faire pour stimuler le commerce non pétrolier, améliorer le climat des affaires et renforcer la compétitivité de l'Algérie sur la scène internationale.

Malgré les efforts déployés pour encourager la production nationale, attirer les investissements étrangers et faciliter les échanges, le pays fait encore face à des obstacles importants tels que la bureaucratie, les contraintes réglementaires et la corruption. De plus, la volatilité des prix du pétrole et du gaz sur les marchés internationaux continue d'impacter l'économie algérienne.

Cependant, des mesures positives ont été prises, notamment la signature d'accords commerciaux avec plusieurs pays et la mise en place de réformes économiques. Ces efforts visent à améliorer le climat des affaires, renforcer la compétitivité et diversifier les marchés d'exportation.

Il est essentiel pour l'Algérie de poursuivre ses efforts dans la promotion du commerce extérieur, en mettant l'accent sur le développement de secteurs non pétroliers tels que l'industrie manufacturière, l'agriculture, le tourisme et les services. Cela contribuerait à créer des emplois, à stimuler la croissance économique et à réduire la dépendance excessive aux hydrocarbures.

En résumé, bien que des défis persistent, l'Algérie dispose d'un potentiel important pour développer son commerce extérieur. Les réformes économiques, la diversification des secteurs économiques et l'amélioration du climat des affaires sont des aspects essentiels pour renforcer la position de l'Algérie sur la scène internationale et favoriser une croissance économique durable.

Le secteur des hydrocarbures a longtemps dominé l'économie algérienne, mais la volatilité des prix du pétrole et la nécessité de diversification ont poussé le gouvernement à explorer d'autres sources de revenus. Les exportations hors hydrocarbures, telles que les produits agricoles, les biens manufacturés, les services et le tourisme, offrent un potentiel significatif pour stimuler la croissance économique, créer des emplois et réduire la dépendance excessive aux revenus pétroliers.

L'objectif de la politique publique pour favoriser les exportations hors hydrocarbures en Algérie est de créer un environnement propice à l'essor de ces secteurs. Cela implique l'adoption de mesures incitatives, la mise en place de politiques commerciales favorables, la simplification des réglementations, l'amélioration des infrastructures et la promotion de la valeur ajoutée. L'objectif ultime est de renforcer la compétitivité des entreprises algériennes sur les marchés internationaux et de favoriser l'intégration du pays dans l'économie mondiale.

Au cours de ce chapitre, nous examinerons en détail les différentes mesures mises en œuvre par le gouvernement algérien pour soutenir les exportations hors hydrocarbures. Nous analyserons les dispositifs d'aide et de promotion, les initiatives sectorielles, les réformes réglementaires et les partenariats public-privé qui contribuent à la réalisation de cet objectif. En outre, nous évaluerons les défis et les opportunités liés à la mise en œuvre de cette politique publique et discuterons des perspectives futures pour les exportations hors hydrocarbures en Algérie.

Section 01 : Les mesures incitatives à l'exportation hors hydrocarbures en Algérie

Le gouvernement algérien a mis en place plusieurs mesures incitatives pour favoriser les exportations hors hydrocarbures. Ces mesures visent à encourager les entreprises algériennes à diversifier leur production et à développer leur présence sur les marchés internationaux. Voici quelques-unes de ces mesures.

Cette section présentera un aperçu sur les diverses mesures incitatives mises en place pour favoriser les exportations hors hydrocarbures.

1.1. Les incitations fiscales

Le gouvernement algérien a mis en place des incitations fiscales pour encourager les entreprises à investir dans des secteurs non pétroliers. Ces incitations fiscales comprennent l'exonération en matière d'impôts directs et l'exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires¹.

1.1.1. Exonération en matière d'impôts directs :

- La taxe sur l'activité professionnelle (TAP) : est pas compris dans le chiffre d'affaires servant de base à la TAP, le montant des opérations de vente, de transport ou de

¹ MATALLAH M, les exportations agricoles et agroalimentaires en Algérie : état des lieux et perspectives, Thèse de doctorat en sciences agronomiques, École Nationale Supérieure Agronomique (ENSA) El-Harrach – Alger, 2020/2021, P.71.

courtage qui portent sur des objets ou marchandises destinés directement à l'exportation¹.

- L'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS) : Exonération permanente de l'IBS, les opérations génératrices de devises, notamment :
 - Les opérations de ventes destinées à l'exportation;
 - Les prestations de services destinées à l'exportation.

Ces exonérations sont octroyées au prorata du chiffre d'affaires réalisé en devises. Le bénéfice de ces dispositions est subordonné à la présentation, par les entreprises, aux services fiscaux compétents, d'un document attestant du versement des recettes en devises à une banque domiciliée en Algérie.

Les opérations de transports terrestres, maritimes, aériens, les réassurances et les banques ne sont pas concernées par cette exonération de l'IBS².

1.1.2. Exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires

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

Sont exemptées de la TVA, les affaires de vente et de façon qui portent sur les marchandises exportées et les marchandises d'origine nationale livrées aux magasins sous-douane légalement institués, compte non tenu de certaines exclusions³.
- L'achat en franchise de TVA : Les achats ou importations de marchandises, réalisés par un exportateur, destinés soit à l'exportation ou à la réexportation en l'état, soit à être incorporées dans la fabrication, la composition, le conditionnement ou l'emballage des produits destinés à l'exportation et les services liés directement à l'opération d'exportation, peuvent bénéficier de la franchise de TVA⁴.
- La restitution de la TVA : Peut s'effectuer pour l'ensemble des biens et services pour lesquels la franchise à l'achat est autorisée⁵.

1.2. Le contrôle de change

La législation bancaire a accordé des avantages aux exportateurs en matière de délais de transfert des recettes d'exportation et la rétrocession des montants d'exportation en devises⁶.

1.2.1. Rétrocession des recettes d'exportation

Un montant en devises limité à 40%, prélevé sur la part des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers effectivement rapatriés et ouvrant droit à l'inscription aux

¹Article 220-3 du Code des Impôts Directs et Taxes Assimilées.

²Article 10/5 de la Loi de Finances pour 2011 modifiant et complétant les dispositions de l'Article 138 du Code des Impôts Directs et Taxes Assimilées.

³Article 13 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires.

⁴Article 42-2 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires.

⁵Article 42 et 50 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires.

⁶L'Association Nationale des Exportateurs Algériens : www.anexel.dz. (Consulté 20 mai 2023).

comptes devises des personnes morales, peut être utilisé librement à la discrétion de l'exportateur et sous sa responsabilité dans le cadre de la promotion de ses exportations¹.

L'exportateur doit rapatrier la recette provenant de l'exportation dans un délai fixé à trois cent soixante (360) jours, à compter de la date d'expédition, pour les biens ou de la date de réalisation pour les services. Le délai de trois cent soixante (360) jours constitue un maximum que peut accorder un exportateur, son client non-résident. Le délai de paiement doit, expressément, être transcrit dans le contrat commercial.

En tout Etat de cause, le rapatriement du produit de l'exportation doit intervenir le jour de son paiement. Lorsque l'exportation porte sur des biens de consommation durable ou d'équipements et dont le règlement est exigible dans un délai excédant trois cent soixante (360) jours².

1.2.2. Exportation de produits sous le régime de la consignation

Il s'agit d'exportation de produits qui seront vendus par un dépositaire ou un commissionnaire établi à l'étranger à un prix fixé par l'exportateur. Elle est dite « à prix imposé » ou selon les intérêts de l'exportateur, elle est dite « au mieux ». Elle s'applique seulement aux fruits et légumes. En matière de contrôle de change, l'Article 12 du règlement de la Banque d'Algérie n°91-13 du 14 Août 1991 relatif à la domiciliation des exportations hors hydrocarbure définit les modalités de réalisation de ce type d'opération. Selon les dispositions de ce règlement, l'exportateur est tenu de fournir à la banque domiciliataire de l'opération un relevé des comptes de ventes accompagnés des factures définitives tirées sur les acheteurs étrangers.

La vente du produit ou sa réimportation doit intervenir dans un délai maximum d'un an à compter de la date de son expédition³.

1.3. Régimes douaniers suspensifs à l'exportation

Les régimes économiques douaniers permettent aux entreprises qui transforment des produits de bénéficier de suspension de droits et taxes, à même de promouvoir les exportations. La législation algérienne a prévu, fixé et défini ces régimes dans la loi n°79-07 du 21 juillet 1979 modifiée et complétée par la loi n°98-10 du 22 août 1998 portant code des douanes chapitre 07. Ces régimes comprennent⁴ :

1.3.1. L'entrepôt des douanes

Aux termes des articles de 129 à 164 du code des douanes « l'entrepôt des douanes est un régime douanier qui permet l'emmagasinage des marchandises sous contrôle douanier dans

¹Instruction N°05-2011 DU 19 octobre 2011 modifiant les dispositions de l'instruction N°22-94 du 12 avril 1994 modifiée et complétée fixant le pourcentage des recettes d'exportations hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droit à l'inscription aux comptes devises des personnes morales.

²www.commerce.gov.dz. (Consulté le 21/05/2023).

³www.algerieconseilexport.com. (Consulté le 21/05/2023).

⁴www.anexal.dz. (Consulté le 21/05/2023).

les locaux agréés par l'administration des douanes en suspension des droits et taxes et des mesures de prohibition à caractère économique »¹.

1.3.2. Admission temporaire

L'admission temporaire est un régime douanier qui permet à une entreprise d'importer temporairement des biens en Algérie sans avoir à payer les droits et taxes d'importation. C'est à dire de bénéficier d'une suspension des droits de douane et de la TVA sur les matières premières, Ce régime est utilisé pour les biens qui seront réexportés ultérieurement, après avoir subi une transformation, une réparation ou un traitement en Algérie. Les biens admis temporairement doivent être réexportés dans un délai fixé (deux ans) par la Douane algérienne².

1.3.3. Réapprovisionnement en franchise

Est un régime douanier qui permet d'importer, en franchise des droits et taxes à l'importation, les marchandises équivalentes par leur espèce, leur qualité et leurs caractéristiques techniques à celles qui, prises sur le marché intérieur, ont été utilisées pour obtenir des produits préalablement exportés à titre définitif³.

1.3.4. Exportation temporaire

Est un régime douanier qui permet l'exportation temporaire, sans application des mesures de prohibition à caractère économique et dans un but défini, de marchandises destinées à être réimportées dans un délai déterminé soit en l'état ou après avoir subi une transformation, une ouvraison, un complément de main d'œuvre ou une réparation⁴.

1.3.5. Transit

Est le régime douanier sous lequel sont placées les marchandises transportées sous contrôle douanier d'un bureau de douane à un autre bureau de douane, par voie terrestre ou aérienne, en suspension des droits et taxes et des prohibitions à caractère économique.

1.4. Facilitations portuaires

Quatre (4) mesures de facilitations ont été mises en œuvre par l'Entreprise Portuaire d'Alger(EPAL) depuis le début de l'année 2003 ; celles-ci portent sur :

- Affectation d'un magasin aménagé à recevoir en priorité les marchandises destinées à l'exportation, d'une superficie de 1000 m2 au quai N°09/2 zone nord – accès N°01 ;

¹Les modalités et conditions d'exercice de l'entrepôt public et privé sont fixées par les décisions du Directeur Général des Douanes n°05 et n°06 du 03 février 1999.

² Les articles 174 à 185 du code des douanes et les décisions du Directeur Général des Douanes n° 04 et n°16 du 03 février 1999 précisent les modalités et conditions d'application de l'admission temporaire pour le perfectionnement actif et l'exportation en l'état

³ Articles 186, 187 et 188 du code des douanes et la Décision d'application du Directeur Général des Douanes n°17 du d 03 février 1999.

⁴ Les articles de 193 à 196 du code des douanes et la décision du Directeur Général des Douanes n°13 du 03 février 1999 relatif à l'exportation temporaire.

- Affectation d'un terre-plein de 1.862 m² à la zone centre pour la mise à quai des marchandises destinées à l'exportation, entrée accès N°04 - zone centre- grand môle Bologhine ;
- Franchise de dix (10) jours pour le paiement des frais d'entreposage et de magasinage avant embarquement, des marchandises d'origine algérienne destinées à l'exportation
- Dégrèvements modulés des frais de manutention et d'aconage pour les cargaisons à exporter, selon la régularité et le volume des opérations¹.

1.5. Le contrôle phytosanitaire

Conformément aux conventions et accords internationaux qui régissent les échanges commerciaux, le contrôle phytosanitaire, qui est sanctionné par l'établissement du certificat phytosanitaire, a pour objet de conférer aux végétaux destinés à l'exportation les garanties phytosanitaires exigées par le pays importateur.

Les produits agricoles peuvent être ainsi exportés **à partir de 27 postes frontaliers officiels (8 aéroports, 11 ports maritimes, 8 postes frontières terrestres)**, dont la liste est:

Postes Aériens

Aéroport de Tlemcen (Zenata), Oran (Senia), Alger (Houari Boumediène), Constantine (Mohamed Boudiaf), Annaba (El Malaha), Tébessa, Ghardaïa (Noumerat) et Biscra (Khider Mohamed).

Postes maritimes

Port de Ghazaouet, Arzew, Oran, Mostaganem, Tenès, Alger, Dellys, Béjaïa, Skikda, Djen Djen et Annaba.

Postes frontaliers terrestres

Akid Lotfi - Tlemcen, El Kala - Taref, Souk Ahras, Tine Zaouatine et Ain Guezzam - Tamanrasset, Bordj Badji Mokhtar - Adrar, Bouchabka - Tébessa, Taleb Larbi-El Oued et Deb Deb - Illizi².

Cas particulier

L'exportation de la datte qui est régie par un cadre réglementaire spécifique permettant, notamment, son contrôle phytosanitaire à partir de l'aéroport Khider Mohamed (Biskra) et du poste frontalier terrestre de Deb Deb (Illizi), en plus des autres points de sortie existants (voie maritime: Alger- Oran –Skikda, voie aérienne : Alger- Oran –Skikda, voie terrestre : Tamanrasset- B.B Mokhtar – Deb Deb).

1.6. Le contrôle sanitaire

Les animaux (volailles, chevaux, gibiers...) et produits d'origine animale (viandes, œufs, miel, laine, peaux non traitées,...) sont soumis au régime de la dérogation sanitaire

¹www.commerce.gov. Consulté le 23/05/2023.

²Idem.

d'exportation qui certifie qu'aucune maladie à déclaration obligatoire n'a été déclarée dans le pays exportateur. Un contrôle sanitaire de ces produits est effectué aux frontières par les services vétérinaires. Certains produits, soumis au contrôle vétérinaire aux frontières, ne sont pas soumis à l'obligation de la dérogation sanitaire. Il s'agit, notamment :

- Des produits animaux traités ou transformés (Lait et produits laitiers...);
- Les aliments concentrés destinés à l'alimentation animale¹.

1.7. Le code à barres GS1

Le système GS1 développe des standards internationaux pour l'identification des produits, utilisant le code à barres et l'identification par radiofréquence ainsi que les standards business-to-business pour le commerce électronique et la synchronisation des données. A l'exportation, le produit ne portant pas le code à barre GS1 est refusé par la distribution dans le pays acheteur.

Pour cela l'exportateur devra :

- Immatriculer ses produits selon la norme GS1 ;
- Veiller au respect des normes GS1 dans la réalisation de ses codes à barres ;
- Prévoir suffisamment à l'avance cette codification pour ne pas retarder (ou perdre) un marché².

1.8. Exportation dans le cadre d'échanges de produits

Une entreprise est autorisée à effectuer des opérations d'échange de produits en important des matières premières, des demi-produits et des équipements pour ses propres besoins, en échange de l'exportation de ses produits. Toutefois, certains produits ne peuvent pas bénéficier de la procédure d'échange de produits, tels que les dattes « Degletnour », les vins, les minerais de fer, les engrais, les produits sidérurgiques et les produits pétrochimiques.

1.9. Les mesures d'infrastructures et de transport

Les mesures d'infrastructures et de transport sont des initiatives prises par le gouvernement pour faciliter les exportations hors hydrocarbures en Algérie. Elles comprennent le développement et l'amélioration des infrastructures de transport, tels que les routes, les ports, les aéroports, ainsi que la mise en place de politiques et de réglementations favorables au commerce international³.

Malgré la mise en place de diverses mesures de soutien aux exportations hors hydrocarbures, il est constaté que les entreprises nationales continuent de rencontrer des difficultés pour s'établir sur les marchés internationaux.

En conclusion, la politique publique pour favoriser les exportations hors hydrocarbures en Algérie joue un rôle crucial dans la transformation économique du pays. Les mesures

¹www.commerce.gov.dz. op.cit.

²Ibid.

³Ces mesures concernent la réduction de 50 % sur les tarifs de manutention et même au de là, sur la base de négociations en fonction de l'importance du tonnage et La facilitation sous forme de forfait de 300 DA/ Tonne pour le port de Djen-djen (Willaya de Jijel).

mises en place, combinées à une vision à long terme et à une volonté politique forte, offrent des perspectives prometteuses pour la croissance des secteurs non pétroliers et pour l'établissement de partenariats commerciaux solides avec les marchés internationaux. Il est essentiel de maintenir l'élan et de poursuivre les efforts pour renforcer la compétitivité et maximiser les avantages économiques des exportations hors hydrocarbures en Algérie.

Les perspectives futures pour les exportations hors hydrocarbures en Algérie restent encourageantes. Le pays dispose de ressources naturelles, d'un capital humain qualifié et d'un emplacement stratégique qui peuvent être exploités pour développer des secteurs compétitifs à l'échelle internationale. En s'engageant dans des réformes continues, en renforçant la coordination entre les parties prenantes et en encourageant l'innovation et la qualité des produits, l'Algérie peut améliorer sa position sur les marchés mondiaux et diversifier son économie de manière durable.

Section 2 : Les dispositifs d'aide à la promotion des exportations hors-hydrocarbures mis en place par les pouvoirs publics algériens

L'un des objectifs prioritaires des pouvoirs publics est de diversifier les exportations hors hydrocarbures. Dans ce qui suit, nous présentons les instruments institués par les pouvoirs publics dans le but de promouvoir les exportations dans les activités autres que celles relevant du secteur des hydrocarbures.

Plusieurs dispositifs d'incitation ont été créés et sont énoncés comme suit :

2.1. L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)

2.1.1. Présentation de l'ALGEX

Initialement, c'était l'office de promotion des exportations (PROMEX) qui était créé par le décret exécutif n° 96-327 du 1er octobre 1996. Cet office était chargé de promouvoir l'activité d'exportation hors-hydrocarbures, en se focalisant essentiellement sur la diffusion de l'information relative au commerce international¹. Par la suite et par souci d'élargissement du champ d'action de cet office, il a été transformé en une agence de promotion du commerce extérieur, dite ALGEX (celle-ci s'intéresserait à la fois aux exportations et aux importations du pays).

L'ALGEX est créée par le décret exécutif n° 04- 174 du 12 juin 2004; elle présente un support permettant aux entreprises nationales d'acquérir des parts de marché à l'étranger et d'accroître ainsi les débouchés extérieurs pour les produits algériens. Et plus récemment, analyser les données sur les importations à la faveur du décret n° 08-313 du 5 octobre 2008.

L'ALGEX a pour mission de contribuer, sous l'égide du Ministère du Commerce, au développement des exportations algériennes hors hydrocarbures. Au cœur du dispositif de soutien au commerce extérieur algérien, ALGEX est chargée d'élaborer, au profit du Ministère du commerce, des rapports périodiques sur le commerce extérieur, des études d'impact des accords commerciaux sur l'économie algérienne, des notes de conjoncture sur

¹ Décret exécutif n° 96-327 du 1er octobre 1996.

les produits de base importés par l'Algérie, ainsi que des analyse-marché, des analyses-produit et des panoramas sectoriels¹.

Pour développer la visibilité de l'offre algérienne à l'international, ALGEX contribue à la promotion des produits algériens à travers l'accompagnement des entreprises algériennes dans les foires et salons internationaux, Ses équipes dispensent aux entreprises algériennes des conseils et de l'information sur le dispositif public d'aide aux exportations, sur la réglementation commerciale internationale et sur les opportunités d'affaires, afin de les aider à préparer leur accès aux marchés étrangers, notamment à travers sa cellule d'écoute et d'orientation, la Maison des Exportateurs (Dar-El-Moussadder).

L'agence 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.

Enfin, ALGEX est chargé d'identifier les entreprises ayant un potentiel et des capacités leurs permettant de se développer à l'international, les encourage à s'orienter vers les marchés étrangers et les accompagne sur leurs itinéraires à l'export.

2.1.2. Missions de l'ALGEX :

L'ALGEX se charge essentiellement des missions suivantes :

- Promouvoir le produit algérien à travers l'accompagnement et le conseil prodigué aux opérateurs algériens² ;
- Analyser les marchés extérieurs en développant la veille commerciale et réglementaire ainsi que les études prospectives ;
- Organiser la participation algérienne aux foires et manifestations économiques à l'étranger et les rencontres d'affaires ;
- Identifier le potentiel national d'exportation par une meilleure connaissance de la production nationale ;
- Gérer des instruments de promotion des exportations hors hydrocarbures au bénéfice des entreprises exportatrices ;
- L'étude des marchés extérieurs³, en réalisant des analyses prospectives permettant aux entreprises nationales de maîtriser les attentes des marchés étrangers ;
- L'élaboration annuelle d'un rapport évaluatif de l'activité d'exportation, ce qui permettrait de dresser régulièrement des bilans et de mesurer la dynamique de ce segment d'exportation ;

¹ L'Agence Nationale pour la Promotion du Commerce Extérieur : www.algex.dz. (Consulté 30/05/2023)

² Ibid.

³ Décret exécutif n° 04- 174 du 12 juin 2004.

- Le suivi et l'encadrement de la contribution des entreprises nationales aux manifestations économiques qui se déroulent à l'étranger, tels que les salons internationaux, les foires et les expositions de produits ;
- L'aide des entreprises nationales à mettre en place des plans marketing relatifs aux biens et services destinés à l'exportation (communications, diffusion de l'information et promotion) ;
- La motivation des exportateurs en attribuant des prix aux meilleurs d'entre eux.

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

2.2.1. Présentation du (FSPE)

Ce fonds correspond au compte d'affectation spécial n°302-084, ouvert depuis l'article 195 de la loi de finances de 1996 ; dont les rôles sont bien définis dans le décret n°08-07 du 19 janvier 2008. Les recettes de ce fonds proviennent à raison de 10 % de la taxe intérieure de consommation (la TIC qui s'applique essentiellement sur les produits importés), des contributions des organismes publics et privés et des dons¹.

Le FSPE est destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs².

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

Le montant de l'aide accordée est fixé par le Ministre du Commerce selon des pourcentages déterminés à l'avance, en fonction des ressources disponibles.

Conformément au Décret exécutif n 14-238 du 25 août 2014 modifiant et complétant le décret exécutif n 96-205 du 5 juin 1996 fixant les modalités de fonctionnement du compte d'affectation spéciale n° 302-084 intitulé.

2.2.2 Missions du (FSPE)

Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations prend en charge :

- Une partie des frais liés aux études des marchés extérieurs, à l'information des exportateurs et à l'étude pour l'amélioration de la qualité des produits et services destinés à l'exportation
- Une partie des frais de participation des exportateurs aux foires, expositions et salons spécialisés à l'étranger, ainsi qu'à la prise en charge des frais de participation des entreprises aux forums techniques internationaux ;

¹ Décret n°0807- du 19 janvier 2008.

² Le Ministère Du Commerce et de la Promotion des Exportations : www.commerce.gov.dz. (Consulté le 30/05/2023).

- Une prise en charge partielle destinée aux petites et moyennes entreprises, pour l'élaboration du diagnostic « export », la création de cellules « export » internes ;
- La prise en charge d'une partie des coûts de prospection des marchés extérieurs supportés par les exportateurs ainsi que l'aide à l'implantation initiale d'entités commerciales sur les marchés étrangers;
- L'aide à l'édition et à la diffusion de supports promotionnels des produits et services destinés à l'exportation et à l'utilisation de techniques modernes d'information et de communication (création de sites web...);
- L'aide à la création de labels, à la prise en charge des frais de protection à l'étranger des produits destinés à l'exportation (labels, marques et brevets), ainsi que le financement de médailles et de décorations attribuées annuellement aux primo exportateurs et de récompenses de travaux universitaires sur les exportations hors hydrocarbures ;
- L'aide à la mise en œuvre de programmes de formation aux métiers de l'exportation ;
- Une partie des frais de transport.

Le FSPE a été créé pour promouvoir les exportations Hors Hydrocarbures à travers la prise en charge d'une partie des frais liés au transport des marchandises et la participation des entreprises aux foires et salons à l'étranger selon les taux ci-après :

2.2.3. Participation aux manifestations économiques à l'étranger

- 80%, dans le cas d'une participation collective aux foires et expositions inscrites au programme annuel officiel.
- 50%, dans le cas d'une participation individuelle aux autres foires ne figurant pas au programme annuel officiel.
- 100%, dans le cas d'une participation revêtant un caractère exceptionnel ou se limitant à la mise en place d'un guichet unique.

Les frais de publicités (affichages, brochures, dépliants, publicité sur médias écrits et audiovisuel), spécifiques à la manifestation considérée (intitulé de la foire, période, lieu, ...etc.), sont éligibles à une couverture par le FSPE.

Les frais de publicités (affichages, brochures, dépliants, publicité sur médias écrits et audio visuel), spécifiques à la manifestation considérée (intitulé de la foire, période, lieu, ...etc), sont éligibles à une couverture par le FSPE.

2.2.4. Pour le transport, transit et manutention des marchandises destinées à l'exportation

- 50%, dans le cas de transport international des produits agricoles périssables
- 25%, dans le cas de transport international des produits non agricoles à destination éloignée.

2.3. La Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations (CAGEX)

2.3.1. Présentation de la CAGEX

La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations a été créée en 1996 afin de constituer un instrument supplémentaire d'appui aux exportations¹

Pour se couvrir contre les risques à l'exportation, notamment ceux définis par l'article 4 de l'ordonnance 96/06 du 10/01/1996 (les risque commercial, politique, de non transfert et le risque catastrophe), l'Algérie a pris des dispositions réglementaires afin de créer La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX), créée par le décret exécutifs n° 96-205 du 05 juin 1996², dont ses missions principale :

- Couverture des risques à l'exportation ;
- Représente comme une banque de données en matière d'accès aux informations sur les marchés extérieurs ;
- Coassurance et réassurance ;
- Assurance « Foires »³.

La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des exportations (CAGEX) a été créée en forme d'une EPE/SPA fondée par (cinq Banques et cinq Compagnies d'Assurances Algériennes) dotée d'un capital de 450.000.000 DA, réparti, à parts égales, entre ses actionnaires, à savoir⁴ :

BANQUES.

- BADR (Banque de l'Agriculture et du Développement Rural) ;
- BEA (Banque Extérieure de l'Algérie) ;
- BDL (Banque de Développement Local) ;
- BNA (Banque Nationale d'Algérie) ;
- CPA (Crédit Populaire de l'Algérie).

COMPAGNIES D'ASSURANCE

- CAAR (Compagnie Algérienne d'Assurance et de Réassurance) ;
- CAAT (Compagnie Algérienne des Assurances) ;
- CCR (Compagnie Centrale de Réassurance) ;
- CNMA (Caisse Nationale de Mutualité Agricole) ;
- SAA (Société Nationale d'Assurance).

2.3.2. Missions de la CAGEX

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

¹ La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations est régie par l'article 4 de l'ordonnance 96/06 du 10/01/1996.

² Loi n° 96-205 du 05 juin 1996.

³ MATALLAH M, Les Exportations Agricoles et Agroalimentaires en Algérie : Etat des Lieux et Perspectives, Thèse de Doctorat en Sciences Agronomiques, École Nationale Supérieure Agronomique (ENSA) El-Harrach – Alger, 2021, P.62.

⁴ La Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations : www.cagex.dz. (Consulté le 30/05/2023).

- La CAGEX couvre les risques à l'exportation ;
- Garantie le paiement, en cas de défaillance de l'acheteur, elle garantit le paiement à la fois face à des risques commerciaux liés à l'insolvabilité des acheteurs (dans ce cas, ce sont les fonds propres de la CAGEX qui sont engagés) ; mais aussi face à des risques politiques, tel l'instabilité politique, les guerres...etc (dans ce cas, ce sont les fonds de l'État qui s'engagent à rembourser) ;
- Constitution de banque de données en matière d'information économique ;
- Indemnisation et recouvrement de créances ;
- La CAGEX assure, par ailleurs, l'accompagnement des opérateurs exportateurs dans l'accès aux informations sur les marchés étrangers, surtout que cette compagnie ayant passé des accords de coopération avec des institutions de même nature de par le monde, elle fait partie d'un réseau international des assureurs¹.

La Compagnie a pour mission d'encourager et de promouvoir les exportations Algériennes en dehors des hydrocarbures et de garantir les ventes à crédit au profit des opérateurs économiques activant sur le marché national².

2.4. Le couloir vert

De caractère virtuel, il constitue une facilitation qui est accordée depuis septembre 2006 à l'exportation de dattes, et consiste en l'assouplissement du passage en douane de la marchandise, qui subit uniquement un contrôle documentaire, ce qui se traduit par une fluidité générant une réduction considérable des délais d'expédition. Cette facilitation doit être étendue à terme aux autres exportations de produits périssables : produits agricoles frais et produits de la pêche³.

Le couloir vert des douanes algériennes a été élargi aux exportations hors hydrocarbures dont la contribution aux revenus de l'Etat reste minime. Appliqué sur les voies maritimes et aériennes, le couloir vert permettra aux exportateurs une économie de temps en leur épargnant le contrôle douanier en amont.

2.5. Le programme OPTIMEXPORT

. Le programme Algéro-français Optimexport, notons-le, soutient les entreprises hors hydrocarbures à l'exportation. Plus précisément Optimexport est un programme de renforcement des capacités exportatrices de PME algériennes. S'inscrivant dans la logique de développer les exportations hors hydrocarbures, il a été initié par le ministère du Commerce et l'opérateur Ubifrance. Par ailleurs, le projet compte plusieurs partenaires, notamment l'Agence nationale de promotion du commerce extérieur, (ALGEX) et la Chambre algérienne de commerce et d'industrie (CACI). Dans cet échantillon d'entreprises retenues, l'ensemble des secteurs d'activités est représenté. On dénombre neuf entreprises dans l'agroalimentaire, onze dans l'industrie, sept dans la chimie et la pétrochimie, trois dans les services, deux dans l'artisanat et dans le papier et le carton et une dans les domaines des matériaux et

¹ Décret n° 96235- du 2 juillet 1996

² La Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations : www.cagex.dz. (Consulté le 30/05/2023)

³ ATI T, les exportations hors-hydrocarbures algériennes, à l'occasion de la tenue de la convention France Maghreb, Paris le 5 et 6 février 2008, p7.

construction, de l'édition, des textiles et dans le domaine de la pêche, le nombre d'entreprises éligibles au programme est de 44, citons Vitajus, Agenor, Amimer ou Ferrovia. Figurent également dans ce programme, des entreprises qui exportent 100% de leur production.¹

Les principales actions réalisées dans le cadre du programme « d'OptimExport » peuvent être résumées ainsi :

- **Le volet informationnel** : il s'agit d'analyser des filières exportatrices (position de l'offre, estimation de sa capacité de production, de sa croissance), et d'analyser la contribution des filières au potentiel de développement de l'Algérie sur les marchés extérieurs. Il s'agit aussi d'identifier les besoins en informations ;

- **La réalisation des business plans et stratégie export pour les entreprises du challenge** : Il s'agit aux termes d'entretiens réalisés avec les entreprises concernées d'arrêter un plan d'actions pour chacune d'elles, en fonction des stratégies et de conditions de réussite ;

- **Et le volet de l'accompagnement à l'export** : il porte sur la réalisation des études de marché et des panoramas sectoriels au profit des entreprises du groupe pilote «Challengers Optimexport», ainsi que l'accompagnement des challengers dans diverses manifestations à l'étranger avec des visites guidées dans des halls d'importateurs, et l'assistance de celles-ci dans leur démarche de prospection des marchés étrangers.

Les éléments ci-dessus portant sur la politique de mise à niveau des entreprises en Algérie nous permet de détecter deux principales lacunes, en plus d'un nombre réduit d'entreprises concernées par ces programmes (moins d'une centaine), ces derniers ne comportent pas de volet spécifique à l'exportation, cela d'une part et d'autre part, les entreprises concernées ne s'inscrivent pas dans la logique d'exportation, mais simplement dans une perspective de préservation des parts du marché².

Marc Martinant, le directeur de ce programme piloté par le ministère du Commerce et l'Agence française du développement (AFD), a souligné que le projet Optimexport, qui devait s'achever initialement fin 2010, accuse un taux d'avancement très élevé. D'où, explique-t-il, sa reconduction pour deux années supplémentaires à l'effet d'inciter d'autres PME à s'inscrire dans la démarche.

Le responsable du programme a souligné qu'à compter de 2011, Optimexport sera élargi à toutes les entreprises algériennes exportatrices ou potentiellement exportatrices dans les secteurs hors hydrocarbures, dont le nombre avoisine les 500 entités³.

¹ MARCHE E, « 44 entreprises bénéficient de l'appui d'Optimexport », Liberté, 29 juillet 2009.

² BENINI M, « Forum du Commerce Extérieur », Revue d'Algex, n°10- 3ème trimestre 2011, P.7.

³ www.djazairess.com, « Le programme Optimexport reconduit pour deux ans Promotion des exportations hors hydrocarbures », Publié dans Le Temps d'Algérie le 01/02/2010. (Consulté le 30/05/2023).

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

La SAFEX est une société par actions issue de la modification opérée le 24 décembre 1990, à l'ancienne ONAFEX (Office National Algérien des Foires et Expositions), la SAFEX leader de l'événementiel, elle organise des manifestations économiques et expositions à caractère national et international, local et régional en Algérie. En Outre, la SAFEX est l'organisateur officiel de la participation de l'Algérie aux foires et salons à l'étranger avec :

- 40 événements organisés au sein du palais des expositions, chaque année couvrant plusieurs secteurs d'activités: agriculture et agroalimentaire, industries diverses, bâtiment, informatique, travaux publics, chimie, transport et logistique ... etc ;
- Plus de 30 participations officielles de l'Algérie à des expositions à l'étranger autour du monde (Afrique, Europe, Asie, Amérique).

La SAFEX est principalement chargée¹ :

- D'accorder une assistance aux opérateurs économiques en matière de commerce international grâce notamment à des mises en relations d'affaires avec des partenaires étrangers, la vulgarisation des procédures d'exportation, l'information économique et commerciale, l'organisation de rencontres professionnelles, etc. ;
- De l'organisation des foires, salons spécialisés et expositions à caractère régional, national et international ;
- D'organiser la participation algérienne à des manifestations commerciales à l'étranger ;
- La publication de catalogues commerciaux et publicitaires

En juin 2004, un Conseil National Consultatif de Promotion des Exportations a été créé, son rôle est de contribuer à la définition des objectifs et de la stratégie de développement des exportations, de procéder à l'évaluation des programmes et actions menées et enfin de proposer toute mesure devant favoriser l'expansion des exportations hors hydrocarbures².

La SAFEX dispose :

- D'un centre de l'exposant qui regroupe les différents services indispensables. Ce centre accompagne l'exposant à chaque étape de sa participation. Les services sont disponibles au guichet unique ainsi qu'auprès des services d'intervenants plus ;
- D'un palais des expositions doté de salles appropriées pour les cérémonies, les conférences et les séminaires ;
- D'un dispositif d'assistance qui a été mis en place afin de répondre à toute doléance de la part des exposants et qui inclut le dispositif de proximité et le dispositif de veille technique ;
- D'un dispositif de contrôle et de sécurité : à l'occasion des manifestations commerciales, la SAFEX déploie un important personnel de contrôle et de sécurité chargé de veiller à la tranquillité des exposants et des visiteurs ;

¹ La Société Algérienne des Foires et Expositions : www.safex-algerie.com. (Consulté le 30/05/2023).

² ATI T, Les exportations hors-hydrocarbures algériennes, A l'occasion de la tenue de la convention France Maghreb, Paris les 5 et 6 février 2008.

Cependant, dans la pratique, les exportateurs ont fait remarquer que le coût de recours à la SAFEX reste élevé et sans qu'ils soient réellement satisfaits¹.

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

2.7.1. Présentation de la CACI

La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie, créée par le décret exécutif n°96-93 du 03/03/1996, a pour objectif principal d'assister les entreprises dans la conduite des opérations d'exportation, mettre en relation d'affaires, d'entreprendre toute action visant la promotion et le développement des différents secteurs d'activité de l'économie nationale.

La chambre est chargée notamment :

- De mener des études et des réflexions sur la situation économique du pays et son évolution et de présenter aux pouvoirs publics ses points de vue sur les moyens de développer et de promouvoir l'activité économique nationale ;
- D'émettre, viser ou certifier tout document, attestation ou formulaire présentés ou demandés par les agents économiques et destinés à être utilisés principalement à l'étranger ;
- La liste de ces documents, attestations et formulaires est fixée par arrêté du ministre chargé du commerce ;
- D'organiser ou de participer à l'organisation de toutes rencontres et manifestations économiques en Algérie et à l'étranger tel que notamment, foires, salons, colloques, journées d'études et missions commerciales visant la promotion et le développement des activités économiques nationales et des échanges commerciaux avec l'extérieur ;
- De réaliser toute action et étude pouvant concourir à la promotion des produits et services nationaux sur les marchés extérieurs ;
- De proposer toute mesure tendant à faciliter et à promouvoir les opérations d'exportation des produits et services nationaux ;
- D'établir des relations et de conclure des accords de coopération et d'échanges mutuels avec les organismes homologues ou similaires étrangers ;
- D'adhérer aux organismes régionaux ou internationaux de même nature ou poursuivant les mêmes objectifs ;
- De procéder, en qualité de représentant de l'Algérie, à la constitution de chambre de commerce mixte avec ses homologues étrangers ;
- D'éditer et de diffuser toute publication en rapport avec son objet ;

¹ La Société Algérienne des foires et des Expositions : www.safex.dz. (Consulté le 30/05/2023).

- De participer aux manifestations et actions initiées par les organismes représentatifs poursuivant les mêmes objectifs ;
- D'entreprendre des actions d'enseignement, de formation, de perfectionnement et de recyclage en direction des entreprises.

En outre, la chambre peut:

- Assurer la représentation de l'Algérie dans les foires et autres manifestations économiques officielles se déroulant à l'étranger ;
- Donner son avis sur les conventions et accords commerciaux liant l'Algérie à des pays étrangers ;
- Etre déclarée concessionnaire de services publics. Dans ce cas, la concession est établie sur la base d'un cahier des charges pris en la forme réglementaire requise ;
- Ouvrir des bureaux de représentation à l'étranger ;
- Fonder, administrer ou gérer des établissements à usage de commerce, l'industrie et des services tels que des écoles de formation et de perfectionnement, des établissements de promotion et d'assistance aux entreprises, des établissements de soutien à ces activités et des infrastructures à caractère commercial et industriel notamment les magasins généraux, les zones industrielles lorsque ces établissements ont un caractère national ou lorsque le champ d'application géographique de compétence de ces établissements couvre la circonscription territoriale de plus d'une chambre de commerce et d'industrie.

2.7.2. Les missions de la CACI

- De fournir aux pouvoirs publics, sur leur demande 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 ;
- D'organiser la concertation entre ses adhérents et recueillir leur point de vue sur les textes que lui soumettrait l'administration pour examen et avis ;
- D'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 ;
- De réaliser toute action d'intérêt commun aux chambres de commerce et d'industrie et de susciter leurs initiatives ;
- D'assurer la représentation de ses chambres auprès des pouvoirs publics et de désigner des représentants auprès des instances nationales de concertation et de consultation ;

- D'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.

Pour mener à bien sa mission la chambre peut:

- Engager des enquêtes à caractère socio-économique en liaison avec son objet et nécessaires à la réalisation de ses travaux.
- Installer, en son sein, un centre de documentation chargé de la collecte, l'exploitation et la diffusion de l'ensemble des données économiques régissant les différents secteurs d'activité de l'économie nationale relevant de son objet¹.

2.8. Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL)

2.8.1. Présentation de l'ANEXAL

Association Nationale des Exportateurs Algériens créée le 10 Juin 2001, dans le cadre de la loi N° 90/31 du 24 décembre 1990, l'ANEXAL est une association régie, aujourd'hui, par la loi N° 12-06 du 12 Janvier 2012 relative aux associations ainsi que par ses statuts particuliers².

Elle est chargée de défendre les intérêts matériels et moraux de ses membres, de participer par des contributions à la mise en œuvre de la stratégie de promotion des exportations et l'échange d'expérience entre les adhérents. Elle collecte l'information économique et assure sa diffusion à ses membres. Elle Participe aux rencontres, organisées par les institutions et autres pour sensibiliser à les acteurs sur les enjeux de l'export³.

2.8.2. Objectifs de l'ANEXAL

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

¹ Le Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations : www.commerce.gov.dz.

² L'Association Nationale des Exportateurs Algériens : www.anexal.dz. (Consulté 30/05/2023).

³L'Union Nationale des Transitaires et Commissionnaires en douane agréés Algériens : www.untca.dz. (Consulté 30/05/2023).

- Participer à la mise à niveau de l'outil de production en vue de développer la capacité d'exportation par notamment la recherche de meilleures solutions logistiques ;
- Promouvoir l'échange d'expérience entre les adhérents¹.

2.8.3. Les missions du bureau exécutif de l'ANEXAL

- L'exécution des décisions de l'assemblée générale ;
- L'application des dispositions statutaires ;
- L'établissement d'un projet de règlement intérieur ;
- La gestion du patrimoine de l'association ;
- Echange d'expérience et entraide entre les entreprises Algériennes Exportatrices ;
- Défendre les intérêts des membres ;
- Créer des réseaux de relations aux niveaux national et international ;
- Promouvoir des actions communes pour mieux exporter ;
- Participer aux actions de promotion des exportations hors hydrocarbures ;
- Créer des synergies entre les membres ;
- Relancer le partenariat avec le Programme d'appui NAED/SFI de la banque Mondiale et le Programme MEDA pour l'assistance aux entreprises Algériennes ;
- Favoriser et encourager les actions de mise à niveau des PME ;
- Favoriser le partenariat avec les Chambres de Commerce et créer des délégations régionales ;
- Encourager et promouvoir le plus grand nombre d'adhésions².

2.8.4. Les partenariats de l'ANEXAL

Les partenariats de l'ANEXAL se divisent en deux plans:

2.8.4.1. Au plan national avec :

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

¹ L'Association Nationale des Exportateurs Algériens : www.anexal.dz. (Consulté 30/05/2023).

² Ibid.

2.8.4.2. Au plan international avec :

- North Africa Entreprise Développement (NAED) qui est un programme d'appui initié et géré par la Société Financière Internationale (S F I) filiale du groupe banque mondiale ;
- Club des Exportateurs de Tunis (CET) ;
- Association Marocaine des exportateurs (ASMEX) ;
- Programme Européen Euro Développement PME ;
- Club Export 66 de Perpignan-France (association rassemblant les entreprises exportatrices des Pyrénées-Orientales).

2.9. Le Centre Algérien du Contrôle de la Quantité et de l'Emballage (CACQE)

2.9.1. Présentation de CACQE

Le Centre Algérien du Contrôle de la Qualité et de l'Emballage (CACQE) est un établissement public à caractère administratif (EPA) placé sous la tutelle du Ministère du Commerce et de la Promotion des Exportations. Il est créé par décret exécutif n 89-147 du 08 août 1989 modifié et complété par le décret exécutif n 03-318 du 30 septembre 2003¹.

Le centre est un espace intermédiaire qui constitue d'une part un soutien technique au profit des administrations chargées du contrôle de la qualité et de la sécurité des produits et, d'autre part un appui aux opérateurs économiques dans le cadre de la mise en œuvre des programmes de promotion de la qualité de la production nationale².

2.9.2. Missions et activités du CACQE

Le CACQE a pour missions principales la protection de la santé et la sécurité des consommateurs. Les principales activités du Centre peuvent être regroupées dans les volets suivants :

- Le contrôle analytique qui consiste en la vérification de la conformité des produits par rapport aux normes et spécifications légales ou réglementaires qui les caractérisent ;
- La gestion, développement et fonctionnement des laboratoires d'analyse de la qualité ;
- La Promotion de la qualité de la production nationale ;
- Le soutien technique et scientifique aux services chargés du contrôle de la qualité et de la répression des fraudes ;
- La participation à l'élaboration des normes des biens et services mis à la consommation au sein des comités techniques nationaux ;
- La communication et la sensibilisation du consommateur ;

¹ Le centre algérien du contrôle de la qualité et de l'emballage : www.cacqe.org. (Consulté 30/05/2023).

²Le ministère du commerce et de la promotion des exportations : www.commerce.gov.dz. (Consulté 30/05/2023).

- L'assistance et le soutien aux opérateurs économiques pour la maîtrise de la qualité des produits et services qu'ils mettent sur le marché¹.

2.9.3. Les objectifs du CACQE

- De contribuer à la protection de la santé, de la sécurité et des intérêts matériels et moraux des consommateurs ;
- De promouvoir la qualité de la production nationale des biens et services ;
- A la formation, l'information, la communication et la sensibilisation des consommateurs ;
- Ces objectifs font du centre l'instrument privilégié du Ministère du commerce pour la mise en œuvre des dispositions de la loi 89-02 du 07 Février 1989 relative aux règles générales de protection du consommateur.

1.10. Le Fonds National de Régulation et Développement Agricole (FNRDA)

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

Le soutien accordé par le FNRDA concerne :

- La prise en charge partielle du taux d'intérêt du crédit d'exploitation accordé par les banques algériennes à hauteur de trois pour cent (3%) et ce, au titre du crédit consommé dans la limite du montant du chiffre d'affaires réalisé à l'exportation durant la même période ;
- L'octroi d'une prime d'incitation à l'exportation de :
 - Cinq (5) Dinars par Kilogramme pour les dattes en vrac (dattes naturelles ayant subi les opérations de désinsectisation, de triage et de mise en emballage allant jusqu'au 12Kg) ;
 - Huit (8) Dinars par Kilogramme pour les dattes conditionnées en emballages divisionnaires d'un Kg et moins².

Section 03 : Les contraintes et les perspectives au développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie

Dans cette section, nous allons présenter les contraintes pesant sur les exportations hors hydrocarbures en Algérie, ainsi que les perspectives associées. Commençons par examiner les contraintes.

¹ Le ministère du commerce et de la promotion des exportations : www.commerce.gov.dz. (Consulté 30/05/2023).

² La décision interministérielle n° 130 du 10-12-2002 modifiant et complétant les dispositions de la décision interministérielle n° 767 du 24 octobre 2001, portant soutien de l'Etat aux exportations des dattes.

Bien que de nombreux dispositifs et structures aient été mis en place pour soutenir les exportations en Algérie, les résultats obtenus jusqu'à présent sont encore insatisfaisants. Cette section vise précisément à identifier les principales contraintes qui entravent l'activité d'exportation dans le pays.

3.1. Les contraintes à l'exportation hors hydrocarbures en algérie

Les exportations non pétrolières de l'Algérie sont faibles en raison de divers dysfonctionnements et défaillances d'ordre économique, institutionnel et organisationnel qui affectent les entreprises exportatrices ou potentiellement exportatrices. Les rapports sur le sujet ont identifié deux types de facteurs qui entravent les entreprises dans leurs activités d'exportation, les contraintes liées au développement et d'autres contraintes¹ :

3.1.1. Les contraintes d'ordre macroéconomique

Ces facteurs font référence à l'environnement institutionnel et organisationnel dans le monde des affaires en Algérie. À cet égard, il convient de mentionner les éléments qui caractérisent le système de production en Algérie :

3.1.1.1. Lourdeurs administratives

Les exportateurs algériens considèrent la complexité croissante des procédures administratives comme l'un des principaux obstacles. Les délais excessivement longs et les exigences de dossiers souvent volumineux et complexes découragent fréquemment les exportateurs. À titre d'exemple, les entreprises de production qui bénéficient d'une franchise de droits de douane dans le cadre des accords de libre-échange, notamment pour les matières premières et les équipements, doivent obtenir une licence dite "statistique" délivrée par les services du Ministère du Commerce. De plus, le dossier à fournir pour bénéficier de cette franchise (comportant au moins 7 pièces) est particulièrement lourd et complexe, et doit être soumis pour chaque opération d'exportation.

3.1.1.2. Les contraintes liées aux services portuaires et au transport

Les ports de commerce algériens sont pris dans un paradoxe important de leur développement. D'un côté, la logique d'extraversion des flux héritée de la période coloniale – et renforcée par la suite – a rendu l'économie algérienne fortement dépendante envers le transport maritime (environ 95% du commerce international algérien).

De l'autre, le retard dans la modernisation des infrastructures portuaires accentue leur inadéquation croissante aux normes mondialisées de la logistique moderne. Le passage de l'économie étatisée à l'économie libérale, au début des années 1990, n'a fait qu'aggraver la tendance, les ports étant incapables d'absorber efficacement les flux commerciaux (faible productivité, délais d'attente très longs des navires, saturation des terminaux, accessibilité

¹DJEMAI S « Les PME Exportatrices : Croissance Economique Hors Hydrocarbures », Communication présentée lors du colloque international sur l'évaluation des effets des programmes d'investissement publics 2001-2014 et leurs retombées sur l'emploi, l'investissement et la croissance économique à Sétif le 11 12 mars 2013.

nautique limitée, etc.), allant jusqu'à ralentir l'insertion même du pays dans l'économie mondiale.

Des mesures récentes prises par les autorités algériennes visent à réhabiliter les ports nationaux afin qu'ils puissent, d'une part, assurer leur rôle d'infrastructures de transport et d'outils d'aménagement du territoire, et de l'autre, réduire la dépendance envers les autres ports maghrébins et méditerranéens en attirant plus d'escales directes. À cela s'ajoutent les contrats de management passés avec des partenaires étrangers comme DPW (Dubai Ports World) pour les ports d'Alger et de DjenDjen et Protek International (Singapour) pour le port de Bejaïa. Au final, l'article tente d'évaluer en quoi ces dynamiques peuvent permettre de résoudre, au moins partiellement, le paradoxe des ports algériens¹.

3.1.1.3. Contraintes rencontrées lors de la prospection

En dehors des informations sur les marchés, les entreprises engagées dans la prospection commerciale recherchent activement des informations sur la réglementation, y compris les réglementations spécifiques à l'Algérie, ainsi que sur les normes en vigueur. Cependant, elles rencontrent souvent des difficultés à trouver ces informations, notamment lorsqu'elles sont à l'étranger.

Outre cette difficulté, le coût de la phase de prospection constitue un autre défi majeur pour les exportateurs. Ce coût englobe plusieurs aspects, notamment les frais de transport pour se rendre dans le pays cible, les dépenses d'hébergement et de restauration pendant la durée de la prospection, ainsi que d'autres dépenses connexes telles que l'achat de services locaux nécessaires à la prospection.

Cependant, il convient de noter que certaines dépenses liées à la prospection ne sont pas prises en charge par le Fonds spécial pour la promotion des exportations (FSPE) ou ne sont pas encore éligibles à une aide financière de ce fonds. Par exemple, les études de marché, qui sont cruciales pour évaluer le potentiel commercial d'un marché donné, peuvent ne pas être couvertes par le FSPE. De plus, les aides du FSPE sont généralement limitées aux coûts associés à la participation à des foires et expositions officielles, laissant ainsi les autres coûts de prospection à la charge des entreprises².

3.1.1.4. Coûts de transactions et de logistique élevés

Les coûts de transaction et de logistique élevés constituent un défi majeur pour les exportateurs en Algérie. Les opérations nécessaires à l'expédition des marchandises destinées à l'exportation restent longues et coûteuses. La chaîne logistique présente plusieurs défaillances à différents niveaux, ce qui entraîne des retards et des coûts supplémentaires pour les exportateurs. Voici quelques points clés à considérer :

- **Lenteur des procédures portuaires :** Les procédures administratives et douanières associées à l'expédition des marchandises dans les ports algériens peuvent être longues

¹ www.openedition.org (Consulté le 29/05/2023).

² ARROUCHE N, « Essai d'analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures en Algérie : contraintes et résultats » Mémoire de Magister en Sciences Economiques. Option : Économie et Finance Internationales, Université Mouloud MAMMARI de Tizi-Ouzou, 2014, P.85.

et complexes. Les formalités d'inspection, de dédouanement et de documentation peuvent prendre du temps, ce qui entraîne des retards dans le processus d'exportation.

- **Offre de fret rigide** : L'offre de services de transport et de fret en Algérie peut être limitée, ce qui restreint les options disponibles pour les exportateurs. La disponibilité limitée de compagnies de transport et les tarifs élevés peuvent augmenter les coûts logistiques et rendre les exportations moins compétitives sur le marché international.
- **Coûts de transport élevés** : Les coûts de transport terrestre, maritime ou aérien peuvent être significativement élevés en Algérie. Cela peut s'expliquer par des infrastructures de transport insuffisantes, des distances importantes à parcourir ou des contraintes liées à la sécurité. Ces coûts élevés peuvent peser sur la rentabilité des exportations et rendre les produits algériens moins compétitifs sur le plan international.
- **Coûts élevés des prestations** : Les prestataires de services liés à la logistique et au transport, tels que l'entreposage, la manutention des marchandises et les services connexes, peuvent facturer des tarifs élevés en Algérie. Ces coûts supplémentaires peuvent augmenter la charge financière pour les exportateurs et réduire leur marge bénéficiaire¹.

3.1.1.5. Le système financier et bancaire

La présence d'un système financier et bancaire moderne et efficace est d'une importance cruciale pour assurer l'efficacité de toute politique économique et de toute opération de commerce extérieur, qu'il s'agisse d'importation ou d'exportation. Cependant, il est évident que cela est loin d'être le cas en Algérie. En particulier, pour les exportateurs, l'absence d'un service performant et compétitif à toutes les étapes du processus d'exportation (financement de l'exploitation, financement de l'exportation, couverture contre les risques de non-rapatriement, gestion des risques de change, accès aux services de soutien à l'étranger, etc.) est l'un des facteurs qui explique la faiblesse de nos résultats à l'exportation².

Le secteur financier est également appelé à faire des efforts supplémentaires pour se moderniser et jouer un rôle d'accompagnement auprès des entreprises. Bien que des avantages et des facilités soient accordés aux entreprises exportatrices, il convient de souligner que cela reste une contrainte³.

3.1.1.5.1. Les obstacles de la banque d'Algérie

a. Le délai de rapatriement des recettes

L'article 61 du règlement n°07-01 du 15 Moharram 1428 correspondant au 03 février 2007 susvisé, est modifié, complété et rédigé comme suit : « Article 61 : Le contrat d'exportation hors hydrocarbures peut être établi au comptant ou à crédit. L'exportateur doit rapatrier la recette provenant de l'exportation dans un délai fixé à trois cent soixante (360)

¹.ARROUCHE N, Op cit, P.85.

² www.commerce.gov.dz (Consulté le 30/05/2023).

³Idem.

jours, à compter de la date d'expédition, pour les biens ou de la date de réalisation pour les services¹.

b. Le taux de rapatriement des recettes L'instruction

L'article 2 bis de l'instruction n°22-94 du 12 avril 1994 modifiée et complétée, fixant le pourcentage des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droit à l'inscription au(x) compte(s) devises des personnes morales, est modifié comme suit : "Article 2 bis : Un montant en devises limité à 40%, prélevé sur la part des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers effectivement rapatriées et ouvrant droit à l'inscription au(x) compte(s) devises des personnes morales, peut être utilisé librement à la discrétion de l'exportateur et sous sa responsabilité dans le cadre de la promotion de ses exportations²."

3.1.1.6. Administration des douanes

La Douane, un autre acteur de l'Administration, est souvent critiquée. Il est évident que des mesures de simplification réglementaire doivent être prises afin d'accélérer les délais de dédouanement. Les études réalisées démontrent que ces délais sont trop longs par rapport aux normes internationales, ce qui est particulièrement préjudiciable pour les produits périssables. De plus, le recours aux régimes économiques par les exportateurs demeure insuffisant, en raison des contraintes bureaucratiques auxquelles ils sont soumis. Les procédures sont complexes, notamment en ce qui concerne la mise en œuvre des régimes douaniers, et certains INCOTERMS ne sont pas appliqués.

Les exportateurs reprochent aux services douaniers leurs interventions tardives. Ils reconnaissent toutefois que ces délais peuvent être considérablement réduits lorsque l'entreprise dispose d'un entrepôt sous douane. Cependant, toutes les entreprises exportatrices ne sont pas informées de ces facilités, comme nous l'avons constaté lors de l'analyse du code des douanes. Il est également reproché à ces services les longs délais d'inspection, en particulier aux frontières terrestres avec la Tunisie. Cette situation est particulièrement préjudiciable pour les produits périssables. Les délais d'inspection sont prolongés en raison de l'examen exhaustif de tous les colis par les douanes³.

3.1.1.7. Un handicap tenant à la taille des PME algériennes

L'accès au financement est souvent cité comme un obstacle majeur pour les PME algériennes, qui rencontrent des difficultés à atteindre une taille critique. Selon une étude réalisée par le Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement (CREAD) en Algérie, la plupart des PME du pays sont des micro-entreprises, avec un effectif de moins de 10 employés. Cela limite leur capacité à investir, à se développer et à accéder aux marchés internationaux⁴.

¹ www.bank-of-algeria (Consulté le 29/05/2023).

² www.bank-of-algeria (Consulté le 29/05/2023).

³ www.caci.dz. (Consulté le 30/05/2023).

⁴ BOUZID S, HOCINE M, Contraintes de croissance des PME algériennes, *Économie Appliquée*, (2016) 69(3), 127-155.

En effet, en dessous d'une taille critique, les entreprises ont des difficultés à se projeter sur les marchés internationaux et à proposer une offre assez diversifiée ou innovante. Les PME entre 10 et 249 salariés représentent à peine 1% des PME algériennes contre près de 12% en Allemagne et 7 % en France ce qui permet à ces pays d'être davantage tournés vers l'extérieur.

3.1.2. Les contraintes d'ordre microéconomiques

Ce sont les facteurs relevant du comportement des entrepreneurs algériens expliquant le pourquoi de l'absence des entreprises algériennes sur les marchés étrangers, ces facteurs peuvent être résumés dans les points suivants :

- Les entreprises orientent leurs activités essentiellement vers le marché intérieur où l'informel commence à **devenir une réelle** contrainte ;
- La prépondérance des très petites entreprises (TPE) dans le tissu productif algérien constitue un réel handicap à l'exportation dans la mesure où ce type d'entreprises ne peut pas tirer profit d'économie d'échelle que permettent la diversification et l'élargissement de la gamme de produits ;
- Les entreprises algériennes sont souvent concentrées dans des activités à faible valeur ajoutée et se focalisent dans la production de biens de consommation dans le but de satisfaire la demande locale ;
- L'absence des entreprises algériennes sur le marché international s'explique aussi par le fait que celles-ci se concentrent dans les secteurs des biens où il n'y a pratiquement aucune exigence normative et de qualité, ce qui explique aussi le pourquoi du choix, statutaire des entreprises à se constituer plutôt en structure statutaire simple. Plus de 95 % des PME est formé de micro entreprises, et près de 32 % d'entre elles, opèrent dans l'industrie manufacturière (Agroalimentaire, textiles, cuirs...). On distingue par ailleurs que juste 5% des entreprises sont constituées, en sociétés par action (SPA), statut mieux adapté à l'orientation stratégique, mais les entreprises, en général, sont très peu initiées au mode de gouvernance de ce types de sociétés¹ ;
- Crainte des entrepreneurs : Les entrepreneurs hésitent à se lancer sur le marché international en raison des nombreux défauts et obstacles présents dans l'environnement commercial dans lequel ces entreprises évoluent.
- Absence de structures dédiées à l'exportation : Les entreprises manquent souvent de structures internes spécialisées dans le marketing international et les services juridiques nécessaires à l'activité d'exportation.
- Absence de circuits de distribution et de services après-vente spécifiques : Les entreprises rencontrent des difficultés à trouver des circuits de distribution adaptés et à mettre en place des services après-vente efficaces, ce qui entrave leurs opérations commerciales et leur capacité à prospecter de nouveaux marchés.
- Qualité des produits et services : Le retard technologique des entreprises algériennes, dû en partie à l'état des équipements, limite la qualité des produits et services proposés. Cette qualité insuffisante constitue un frein à l'exportation.

¹REDOUANE A, Op cit, P.84.

- Manque d'expérience en matière d'exportation : Le manque d'expérience des entreprises algériennes en matière d'exportation est un facteur qui explique leur engagement timide sur les marchés internationaux¹.

Pour surmonter ces contraintes, des réformes structurelles, des investissements ciblés et des politiques d'encouragement sont nécessaires. L'amélioration des infrastructures, la simplification des réglementations, la promotion de la valeur ajoutée et le renforcement de la compétitivité des produits algériens sont des mesures clés pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures.

Il est important de noter que la résolution de ces contraintes nécessite une coordination efficace entre les différentes parties prenantes, une stabilité politique et économique, ainsi qu'une orientation vers l'innovation et la qualité des produits. En surmontant ces défis, l'Algérie peut exploiter pleinement le potentiel des exportations hors hydrocarbures, diversifier son économie et créer des opportunités de croissance durable.

Passons aux perspectives des exportations hors hydrocarbures en Algérie, en mettant en évidence les opportunités de croissance et les mesures envisagées pour promouvoir ces secteurs économiques.

3.2. Les perspectives au développement des exportations hors hydrocarbures en algérie

Certaines des perspectives pour les exportations hors hydrocarbures en Algérie incluent :

- Agriculture et agroalimentaire : L'Algérie possède des terres arables fertiles et un climat favorable à l'agriculture. Le pays a le potentiel de développer ses exportations agricoles, y compris les produits alimentaires transformés tels que les produits laitiers, les céréales, les fruits et les légumes.
- Industrie manufacturière : L'Algérie cherche à développer son secteur manufacturier, notamment dans les industries textiles, l'électronique, l'automobile et les produits chimiques. La production manufacturière peut être orientée vers les marchés d'exportation, offrant ainsi des perspectives pour les exportations hors hydrocarbures.
- Mines et minéraux : L'Algérie possède des ressources minérales diverses, notamment le fer, le zinc, le plomb, le cuivre et le phosphate. L'exploitation minière et l'exportation de ces ressources peuvent contribuer aux revenus d'exportation hors hydrocarbures.
- Tourisme : L'Algérie possède un patrimoine culturel riche, des sites historiques, des paysages diversifiés et un littoral méditerranéen attractif. Le développement du secteur touristique et la promotion du tourisme peuvent stimuler les revenus d'exportation provenant des visiteurs étrangers.
- Services : Les exportations de services, tels que les services informatiques, les télécommunications, le conseil et l'ingénierie, peuvent également jouer un rôle dans la diversification des revenus d'exportation.

¹ BELKACEM S, AZZAM M, Les déterminants de l'internationalisation des PME algériennes : étude exploratoire. Revue de l'Entrepreneuriat, 2018, 17(1), 33-57.

- Ces perspectives dépendent de plusieurs facteurs, notamment la mise en œuvre de politiques économiques favorables, l'amélioration de l'infrastructure, la facilitation du commerce et des investissements, ainsi que la promotion de la compétitivité des produits et services algériens sur les marchés internationaux.

ALGER- Près de deux ans après la pandémie du nouveau coronavirus ayant impacté l'économie mondiale tout entière, l'année 2022 aura été pour l'Algérie celle du lancement d'une nouvelle dynamique sur le plan économique, une année que le président de la République, M. Abdelmadjid TEBBOUNE a voulu « année économique par excellence », avec des indicateurs démontrant une nette amélioration dans les chiffres de croissance et une reprise dans tous les secteurs, soutenue par le lancement de plusieurs projets vitaux pour l'économie nationale¹.

En application des instructions et orientations du Président Tebboune qui avait affirmé, à plusieurs occasions, la détermination de l'Etat à prendre en charge sérieusement les dossiers susceptibles de réaliser le décollage économique du pays, après la stagnation de secteurs importants avant 2020, comme celui de l'industrie qui fait l'objet de redressement, les pouvoirs publics ont procédé cette année, dans le cadre de l'amélioration notable de la croissance, à l'ouverture de grands chantiers économiques.

Parmi les principaux résultats de ces chantiers, la promulgation de la nouvelle loi relative à l'investissement et la nouvelle dynamique insufflée au partenariat international dans divers secteurs, outre le lancement d'une série de projets stratégiques, à l'instar de la valorisation de l'imposante mine de Gara Djebilet, ainsi que les mines prometteuses de phosphate à l'est du pays et la conclusion d'un partenariat international en matière de fabrication de voitures et la définition d'un cadre juridique régissant cette filière exigeant l'amélioration du taux d'intégration nationale².

Les indicateurs de 2022 démontrent une amélioration dans le développement économique avec une perspective positive à moyen terme, le développement économique devant atteindre à la fin 2022 un taux de 3,7%, soutenu par les secteurs du bâtiment, de l'agriculture et de l'industrie, ce qui a valu à l'Algérie cette année les éloges d'institutions financières internationales, comme le Fonds monétaire international (FMI).

Cette institution financière internationale a souligné que les perspectives économiques de l'Algérie à moyen terme sont positives, exprimant sa satisfaction des mesures visant à diversifier l'économie et de la promulgation d'une nouvelle loi sur l'investissement, outre la relance des exportations hors hydrocarbures.

Cette relance est perceptible notamment en termes d'indicateurs économiques du pays et de l'amélioration attendue, à la fin de l'année en cours, dans la balance de paiements qui devrait réaliser un excédent de 11,13 milliards de dollars, avec une réserve prévisionnelle de changes de 54,6 milliards de dollars.

¹www.aps.dz. (Consulté le 04/06/2023).

² Idem.

Plusieurs secteurs ont contribué à la relance économique qu'a connue le pays en 2022, notamment le secteur de l'agriculture qui ne cesse de réaliser des acquis considérables, ce qui a permis de renforcer sa contribution à la croissance économique du pays de manière générale.

En effet, le secteur a enregistré une croissance annuelle de 31% et contribue à hauteur de plus de 14,7% dans le PIB, avec un taux de couverture des besoins nationaux de la production nationale de 75%.

L'industrie est également l'un des secteurs sur lesquels compte l'Algérie dans le processus de ses réformes économiques, et ce, à travers une série de mesures et de projets, le dernier étant le lancement d'un partenariat international entre le ministère de l'Industrie et le Groupe STELLANTIS pour la mise en place d'un projet de construction de véhicules de la marque "Fiat" dans la wilaya d'Oran, suivi par la publication du cahier des charges de l'activité de construction et d'importation de véhicules, et ce, dans le cadre d'une démarche plus large pour la relance de cette branche industrielle vitale.

Outre la promotion de l'investissement national, le partenariat international et l'investissement étranger se présentent comme l'un des fondements de la politique industrielle de l'Algérie, ce qui a laissé place à une nouvelle dynamique permettant d'attirer plusieurs projets d'investissement étrangers et d'appuyer l'expansion d'autres projets, notamment le projet de sidérurgie algéro-qatari dans la région de Bellara (Jijel), qui a bénéficié d'une deuxième opération d'expansion au début du mois de novembre dernier, qui devra doubler la capacité de production de l'usine de 2 à 4 millions tonnes/an.

Une nouvelle loi sur l'investissement pour l'amélioration du climat d'affaires et l'élimination de la bureaucratie

L'Algérie compte également sur un autre secteur prometteur dans le processus de diversification de son économie, à savoir les mines¹.

En effet, l'année 2022 a connu le lancement de l'exploitation de la mine de fer de Gara Djebilet (Tindouf), au titre d'un partenariat entre l'Entreprise Nationale de Fer et de l'Acier (FERAAL) et un consortium d'entreprises chinoises.

L'Algérie aspire également à devenir parmi les acteurs principaux sur le marché international de l'industrie et de l'exportation des engrais au regard de l'importance du projet entre les groupes Asmidal et Manadjim El Djazair (MANAL) d'une part, et deux entreprises chinoises, d'autre part, pour exploiter le projet de phosphate intégré dans les wilayas de Tébessa, Souk Ahras, Skikda et Annaba. Un contrat pour un investissement de 7 milliards de dollars a été signé dans ce sens.

La promulgation de la nouvelle loi sur l'investissement, parue dans le journal officiel l'été dernier, est intervenue pour soutenir l'entrepreneuriat local dans divers domaines à travers l'amélioration du climat des affaires dans le pays, mais aussi pour attirer des investissements étrangers directs.

¹www.aps.dz . (Consulté le 04/06/2023).

Cette loi consacre un cadre juridique facilitant les procédures et les incitations à l'investisseur local et étranger tout en garantissant l'accompagnement dans le cadre du Guichet unique et la levée de toutes les conditions à caractère bureaucratique appliquées auparavant.

Dans ce cadre, les pouvoirs publics se sont attelés, récemment en parallèle avec le lancement de nouveaux projets, à lever tous les obstacles entravant de nombreux projets d'investissements à travers les différentes wilayas du pays. Cela a permis, lors de l'année en cours, de lever les obstacles sur 850 projets d'investissement devant créer 51000 postes d'emploi.

En dépit de l'impact relatif de la baisse des prix du pétrole sur le secteur des infrastructures durant ces dernières années, certains projets ont maintenu une bonne cadence de réalisation. L'année 2022 a vu la poursuite de la mise en œuvre du programme d'extension de lignes de chemins de fer à travers les différentes régions du pays, notamment dans les Hauts-Plateaux et le Sud, outre des projets de routes vitales, à l'instar de celles reliant l'autoroute Est-Ouest compte tenu de leur impact certain sur le développement à l'avenir.

En outre, l'Etat a consacré, cette année, des investissements considérables pour la réalisation de nouvelles stations de dessalement de l'eau de mer afin de renforcer les capacités du pays en matière de mobilisation des ressources en eau et d'amélioration du service public.

Ces mesures et perspectives visent à créer un environnement propice au développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie, à stimuler la compétitivité des secteurs non pétroliers et à diversifier l'économie. Cependant, leur mise en œuvre efficace nécessite une coordination étroite entre les différents acteurs, une stabilité politique et économique, ainsi qu'une orientation vers l'innovation et la qualité des produits.

Bien que les exportations hors hydrocarbures en Algérie soient confrontées à des défis importants, il existe des perspectives positives pour leur développement. La diversification économique, les investissements étrangers et les accords commerciaux régionaux peuvent jouer un rôle clé dans la promotion des exportations non pétrolières et dans la réduction de la dépendance aux hydrocarbures. Cependant, il est essentiel que le gouvernement algérien prenne des mesures concrètes pour surmonter les contraintes existantes, notamment en améliorant les infrastructures et en renforçant la compétitivité des secteurs non pétroliers.

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

CEVITAL est un groupe industriel d'une renommée mondiale, très compétitif dans le domaine des exportations et l'internationalisation.

Dans ce chapitre, nous allons élaborer en premier lieu, une présentation générale du groupe CEVITAL, sa situation géographique, ses multiples activités, son historique. A la deuxième section nous allons voir le processus d'exportation du groupe et enfin nous allons conclure ce chapitre par une troisième section qui est l'analyse des résultats des exportations du sucre blanc à l'aide d'un questionnaire réalisé par nous-même et aussi à travers une analyse de données.

Section 1 : Présentation du groupe CEVITAL

Le groupe CEVITAL est un conglomérat algérien de l'industrie agroalimentaire, la grande distribution, l'industrie et les services. CEVITAL est parmi les entreprises algériennes qui ont vu le jour dès l'entrée de notre pays en économie de marché durant les années 90. C'est une société par action (SPA) d'un capital s'élevant à 68 760 milliards de DA et elle a été créée en Mai 1998 par l'entrepreneur Issad REBRAB, le groupe a été créé par des fonds privés au capital de 970 000 000.00 de dinars. Ses principaux actionnaires sont Issaad REBRAB et ses fils.

1.1. Historique

CEVITAL est un groupe familial spécialisée dans l'industrie agroalimentaire, elle possède une raffinerie d'huile et de sucre, qui s'est bâtie sur une histoire, un parcours et des valeurs qui ont fait sa réussite et sa renommée ses unités de production équipées de la dernière technologie et poursuit son développement par divers projets en cours de réalisation. Son expansion et son développement durant les cinq dernières années, font d'elle un important pourvoyeur d'emplois et de richesses. CEVITAL Food est passé de 500 salariés en 1999 à 3996 salariés en 2008 actuellement près de 18000 employés répartis sur trois continents.

En 2007, Mediterranean Float Glass est créée, spécialisée dans la production, la transformation et distribution du verre pour la construction, les applications solaires et certaines industries spécialisées (électroménager, applications high-tech). Le 28 mai 2007, l'usine MFG de Larbaâ est inaugurée par le président de la République Abdelaziz Bouteflika.

En 2007, Numilog est créée, elle est spécialisée dans la logistique et la gestion de la chaîne logistique (*supply chain management*).

Le 31 mai 2013, CEVITAL rachète le Français Oxxo, spécialisée dans la menuiserie PVC. Le 15 avril 2014, CEVITAL reprend les activités françaises du groupe Fagor-Brandt. Le groupe CEVITAL prévoyait de reprendre également les activités espagnoles et polonaises du groupe Fagor, mais l'offre de reprise de l'activité en Espagne n'a pas été retenue par la justice espagnole et l'usine polonaise du groupe Fagor a finalement été reprise par BSH.

Fin juin 2022, Issad Rebrab annonce quitter ses fonctions et mandats au sein de l'entreprise pour partir à la retraite. Malik Rebrab, son fils, prend sa succession en tant que

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

PDG à partir du 30 juin 2022. L'évolution du chiffre d'affaire de CEVITAL depuis sa création est illustrée dans la Tableau N°1.

Tableau N°10 : Evolution du chiffre d'affaire (1999-2022)

Année	Chiffre d'affaire
1999	29.630.740
2001	41.360.085
2004	50.265.258
2006	64.365.852
2009	72.581.322
2013	91.265.698
2016	100.658.320.014
2019	110.948.602.112
2020	115.321.629.111
2021	122.577.106.900
2022	102.311.186.921

Source : établie par nous même a partir des données CEVITAL

1.1.1. Historique du lancement des produits

Tableau N°11 : Evolution des produits de Cevital de 1998 à 2018

Année	Produits
1998	Huile alimentaire Elio
2001	Margarine fleurial et matina et beurre gourmand
2002	Skor 1Kg
2006	Boissons aux jus Tchina
2007	Eau minérale Lalla Khedidja
2016	Sucre roux
2018	Sauces et condiments

Source : Site web de Cevital : www.cevital-agro-industrie.com

1.2. Localisation du groupe CEVITAL

CEVITAL est implantée à l'extrême-Est du port de Bejaia plus exactement a l'arrière port de Béjaia à 200 ML du quai : Ce terrain à l'origine marécageux et inconstructible a été récupéré en partie d'une décharge publique, viabilisé avec la dernière technologie de consolidation des sols par le système de colonnes ballastées (337 KM de colonnes ballastées de 18 ML chacune ont été réalisées) ainsi qu'une partie à gagner sur la mer.

1.2.1. A Béjaia

Nous avons entrepris la construction des installations suivantes:

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

- Raffinerie Huile ;
- Margarinerie ;
- Silos portuaires ;

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

- Raffinerie de sucre.

1.2.2. A El Kseur

Une unité de production de jus de fruits cojek a été rachetée par le groupe CEVITAL dans le cadre de la privatisation des entreprises publiques algériennes en novembre 2006. Un immense plan d'investissement a été consenti visant à moderniser l'outil de production de jus de fruits Cojek..

Sa capacité de production est de 14 400 T par an .Le plan de développement de cette unité portera à 150 000T/an en 2010.

1.2.3. A Tizi Ouzou

A Agouni Gueghrane au cœur du massif montagneux du Djurdjura qui culmine à plus de 2300 mètres : L'Unité d'Eau Minérale Lalla Khedidja a été inaugurée en juin 2007

Nos Activités

Le Complexe Agro-alimentaire est composé de plusieurs unités de production :

- Huiles Végétales.
- Margarinerie et graisses végétales.
- Sucre blanc.
- Sucre liquide.
- Silos portuaires
- Boissons

1.2.3.1. Huiles Végétales

Les huiles de table : elles sont connues sous les appellations suivantes : Fleurial plus : 100% tournesol sans cholestérol, riche en vitamine (A, D, E) (Elio et Fridor) : se sont des huiles 100% végétales sans cholestérol, contiennent de la vitamine E Elles sont issues essentiellement de la graine de tournesol, Soja et de Palme, conditionnées dans des bouteilles de diverses contenances allant de (1 à 5 litres), après qu'elles aient subi plusieurs étapes de raffinage et d'analyse.

- Capacité de production : 570 000 tonnes /an ;
- Part du marché national : 70% ;
- Exportations vers le Maghreb et le moyen orient, en projet pour l'Europe.

1.2.3.2. Margarinerie et graisses végétales

CEVITAL produit une gamme variée de margarine riche en vitamines A, D, E Certaines margarines sont destinées à la consommation directe telle que Matina, Rania, le beurre

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

gourmant et Fleurial, d'autres sont spécialement produites pour les besoins de la pâtisserie moderne ou traditionnelle, à l'exemple de la parisienne et MEDINA « SMEN » Capacité de

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

production : 180.000 tonnes/an / Notre part du marché national est de 30% sachant que nous exportons une partie de cette production vers l'Europe, le Maghreb et le Moyen-Orient.

1.2.3.3. Sucre Blanc

Il est issu du raffinage du sucre roux de canne riche en saccharose .Le sucre raffiné **est** conditionné dans des sachets de 50Kg et aussi commercialisé en morceau dans des boites d'1kg. CEVITAL produit aussi du sucre liquide pour les besoins de l'industrie agroalimentaire et plus précisément pour les producteurs des boissons gazeuses.

- Entrée en production 2ème semestre 2009 ;
- Capacité de production : 650 000 tonnes/an avec extension à 1 800 000 tonnes/an ;
- Part du marché national : 85% ;
- Exportations : 350 000 tonnes/an en 2009, CEVITAL FOOD prévoit 900 000 tonnes/an dès 2010.

1.2.3.4. Sucre Liquide

Capacité de production :

- Matière sèche : 219 000 tonnes/an ;
- Exportations : 25 000 tonnes/an en prospection.

1.2.3.5. Silos Portuaires

Le complexe CEVITAL Food dispose d'une capacité maximale 182 000 tonnes et d'un terminal de déchargement portuaire de 2000 T par heure. Un projet d'extension est en cours de réalisation. La capacité de stockage actuelle est de 120 000T en 24 silos verticaux et de 50 000 T en silo horizontal. La capacité de stockage Horizon au 1 er trimestre 2010 sera de 200 000 T en 25 silos verticaux et de 200 000 T en 2 silos horizontaux

1.2.3.6. Boissons

Eau minérale, Jus de fruits, Sodas L'eau minérale Lalla Khedidja depuis des siècles prend son origine dans les monts enneigés à plus de 2300 mètres du Djurdjura qui culminent En s'infiltrant très lentement à travers la roche, elle se charge naturellement en minéraux essentiels à la vie (Calcium53, Potassium 0.54, Magnésium 7, Sodium 5.5 Sulfate 7, Bicarbonate 162,...) tout en restant d'une légèreté incomparable. L'eau minérale Lalla khedidja pure et naturelle est directement captée à la source au cœur du massif montagneux du Djurdjura

- Lancement de la gamme d'eau minérale « Lalla Khadidja » et de boissons gazeuses avec capacité de production de 3 000 000 bouteilles par jour ;
- Réhabilitation de l'unité de production de jus de fruits « EL KSEUR ».

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

1.3. Les clients de CEVITAL

La satisfaction du client est la devise de l'entreprise. La raison de vivre de l'entreprise est de vendre. Les clients de l'entreprise sont divers et variés:

- Représentants ;
- Grossistes ;
- Industriels ;
- Institutionnels et administrations.

Ils sont pour la grande majorité des industriels de l'agroalimentaire et des distributeurs, ces derniers se chargent de l'approvisionnement de tous les points de vente où ils soient.

La Devise des produits de Qualité

CEVITAL FOOD donne une grande importance au contrôle de qualité de ses produits.

Cela s'est traduit par l'engagement de la direction dans le Process de certification ISO 22000 version 2005.

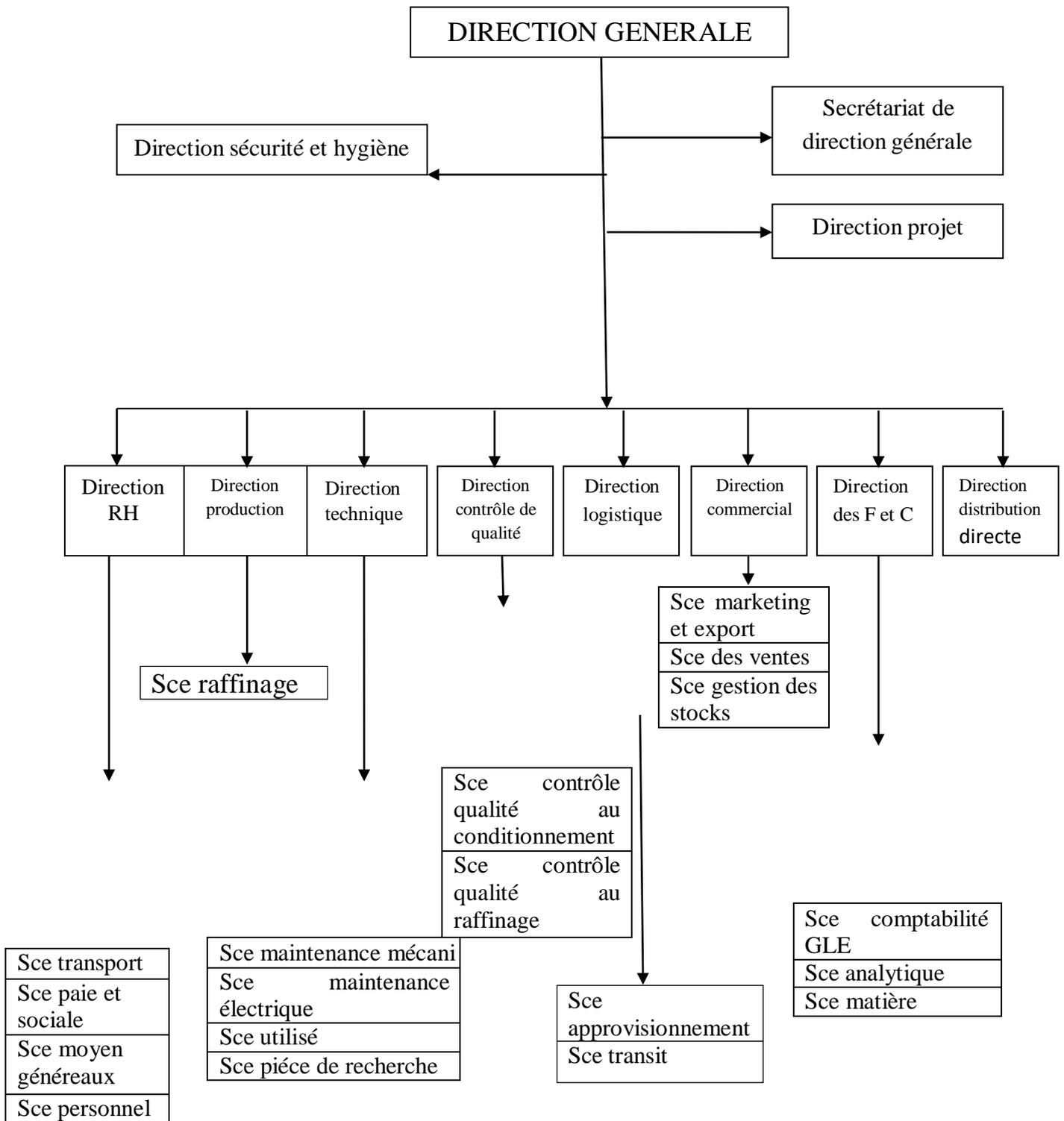
Toutes les unités de production disposent de laboratoires (micro biologie et contrôle de qualité) équipés d'outils d'analyse très performants.

1.4. L'organisation générale des composantes et les missions des directions

- a. Structure de l'encadrement: Organigramme (présentation page suivante).
- b. Missions et services des composantes de la DG.

L'organisation mise en place consiste en la mobilisation des Ressources humaines matérielles et financières pour atteindre les objectifs demandés par le groupe. La Direction générale est composée d'un secrétariat et de 19 directions:

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL



Source : Document interne de l'entreprise (service import-export)

1.5. Activité et objectifs de CEVITAL

Chaque entreprise souhaite satisfaire ses objectifs, cela à travers les efforts réalisés par

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

l'ensemble de ses dirigeants.

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

1.5.1. Activités de CEVITAL

Lancé en mai 1998, le complexe CEVITAL a débuté son activité par le conditionnement de l'huile en décembre 1998. En février 1999, les travaux de génie civil de la raffinerie ont débuté : cette dernière est devenue fonctionnelle en août 1999.

L'ensemble des activités de CEVITAL sont concentrées sur la production et la commercialisation des huiles végétales, de margarine et de sucre. Elles se présentent comme suit:

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

1.5.2. Objectifs de CEVITAL

L'entreprise a pour mission principale de développer la production et d'assurer la qualité et le conditionnement des huiles, des margarines et du sucre à des prix nettement plus compétitifs, et cela dans le but de satisfaire le client et de le fidéliser. Les objectifs visés par CEVITAL peuvent se présenter comme suit:

- L'extension de ses produits sur tout le territoire national ;
- L'implantation de graines oléagineuses pour l'extraction directe des huiles brutes ;
- L'optimisation de ses offres d'emploi sur le marché du travail ;
- L'encouragement des agriculteurs par des aides financières pour la production local, de graines oléagineuses ;
- La modernisation de ses installations en termes de machine et de technique pour, augmenter le volume de sa production ;
- Positionner ses produits sur le marché international par leurs exportations.

1.6. Les différentes directions de CEVITAL

1.6.1 La direction générale

Elle s'occupe de l'établissement des plans stratégiques et des décisions dur la politique du marketing à adopter en collaboration avec la direction du siège d'Alger. Elle a également pour mission la coordination, l'orientation et la motivation des autres qui est l'actionnaire majoritaire.

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

1.6.2. La direction Marketing

Pour atteindre les objectifs de l'Entreprise, le Marketing CEVITAL pilote les marques et les gammes de produits. Son principal levier est la connaissance des consommateurs, leurs besoins, leurs usages, ainsi que la veille sur les marchés internationaux et sur la concurrence. Les équipes marketing produisent des recommandations d'innovation, de rénovation, d'animation publi-promotionnelle sur les marques et métiers CEVITAL. Ces recommandations, validées, sont mises en œuvre par des groupes de projets pluridisciplinaires (Développement, Industriel, Approvisionnement, Commercial, Finances) coordonnés par le Marketing, jusqu'au lancement proprement dit et à son évaluation.

1.6.3. La direction des ventes et commerciale

Elle a en charge de commercialiser toutes les gammes des produits et le développement du Fichier clients de l'entreprise, au moyen d'actions de détection ou de promotion de projets à base de hautes technologies. En relation directe avec la clientèle, elle possède des qualités relationnelles pour susciter l'intérêt des prospects.

1.6.4. La direction système d'informations

Elle assure la mise en place des moyens des technologies de l'information nécessaires pour supporter et améliorer l'activité, la stratégie et la performance de l'entreprise. Elle doit ainsi veiller à la cohérence des moyens informatiques et de communication mises à la disposition des utilisateurs, à leur mise à niveau, à leur maîtrise technique et à leur disponibilité et opérationnalité permanente et en toute sécurité. Elle définit, également, dans le cadre des plans pluriannuels les évolutions nécessaires en fonction des objectifs de l'entreprise et des nouvelles technologies.

1.6.5. La direction des finances et comptabilité

- Préparer et mettre à jour les budgets ;
- Tenir la comptabilité et préparer les états comptables et financiers selon les normes ;
- Pratiquer le contrôle de gestion Faire le Reporting périodique.

1.6.6. La direction industrielle

Chargé de l'évolution industrielle des sites de production et définit, avec la direction générale, les objectifs et le budget de chaque site. Analyse les dysfonctionnements sur chaque site (équipements, organisation...) et recherche les solutions techniques ou humaines pour améliorer en permanence la productivité, la qualité des produits et des conditions de travail. Anticipe les besoins en matériel et supervise leur achat (étude technique, tarif, installation...). Est responsable de la politique environnement et sécurité Participe aux études de faisabilité des nouveaux produits.

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

1.6.7. La direction des ressources humaines

- Définit et propose à la direction générale les principes de Gestion ressources humaines en support avec les objectifs du business et en ligne avec la politique RH groupe ;
- Assure un support administratif de qualité à l'ensemble du personnel de CEVITAL food ;
- Pilote les activités du social. Assiste la direction générale ainsi que tous les managers sur tous les aspects de gestion ressources humaines, établit et maîtrise les procédures.
- Assure le recrutement ;
- Chargé de la gestion des carrières, identifie les besoins en mobilité ;
- Gestion de la performance et des rémunérations ;
- Formation du personnel Assiste la direction générale et les managers dans les actions disciplinaires ;
- Participe avec la direction générale à l'élaboration de la politique de communication afin de développer l'adhésion du personnel aux objectifs fixés par l'organisation.

1.6.8. La direction approvisionnement

Dans le cadre de la stratégie globale d'approvisionnement et des budgets alloués (investissement et fonctionnement). Elle met en place les mécanismes permettant de satisfaire les besoins matière et services dans les meilleurs délais, avec la meilleure qualité et au moindre coût afin de permettre la réalisation des objectifs de production et de vente.

1.6.9. La direction logistique

- Expédie les produits finis (sucre, huile, margarine, Eau minérale, ...), qui consiste à charger les camions à livrer aux clients sur site et des dépôts Logistique ;
- Assure et gère le transport de tous les produits finis, que ce soit en moyens propres (camions de CEVITAL), affrétés ou moyens de transport des clients ;
- Le service transport assure aussi l'alimentation des différentes unités de production en quelques matières premières intrants et packaging et le transport pour certaines filiales du groupe (MFG, SAMHA, Direction Projets, NUMIDIS,) ;
- Gère les stocks de produits finis dans les différents dépôts locaux (Bejaia et environs) et Régionaux (Alger, Oran, Sétif, ...).

1.6.10. La direction des Silos

- Elle décharge les matières premières vrac arrivées par navire ou camions vers les points de stockage ;
- Elle stocke dans les conditions optimales les matières premières ;
- Elle Expédie et transfère vers les différents utilisateurs de ces produits dont l'alimentation de raffinerie de sucre et les futures unités de trituration ;
- Elle entretient et maintient en état de services les installations des unités silos.

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

1.6.11. La direction des boissons

Le Pôle Boissons et plastiques comprend trois unités industrielles situées en dehors du site de Béjaïa :

- Unité LALLA KHEDIDJA domiciliée à Agouni-gueghrane (Wilaya de Tizi Ouzou) a pour vocation principale la production d'eau minérale et de boissons carbonatées à partir de la célèbre source de LLK Unité plastique, installée dans la même localité, assure la production des besoins en emballages pour les produits de Margarine et les Huiles et à terme des palettes, des étiquettes etc ;
- Unité COJEK, implantée dans la zone industrielle d'El Kseur, Cojek est une SPA filiale de CEVITAL et qui a pour vocation la transformation de fruits et légumes frais en Jus, Nectars et Conserves ;
- Le groupe ambitionne d'être Leader dans cette activité après la mise en œuvre d'un important plan de développement.

1.6.12. La direction corps gras

Le pôle corps gras est constitué des unités de production suivantes : une raffinerie d'huile de 1800 T/J, un conditionnement d'huile de 2200T/J, une margarinerie de 600T/J qui sont toutes opérationnelles et une unité inter estérification, Hydrogénation, pate chocolatière, utilités actuellement en chantier à El kseur.

Notre mission principale est de raffiner et de conditionner différentes huiles végétales ainsi que la production de différents types de margarines et beurre. Tous nos produits sont destinés à la consommation d'où notre préoccupation est de satisfaire le marché local et celui de l'export qualitativement et quantitativement.

1.6.13. La direction pôle sucre

Le pôle sucre est constitué de 04 unités de production : une raffinerie de sucre solide 2000T/J, une raffinerie de sucre solide 3000T/J, une unité de sucre liquide 600T/J, et une unité de conditionnement de sucre 2000 T/J qui sera mise en service en mars 2010. Sa vocation est de produire du sucre solide et liquide dans le respect des normes de qualité, de la préservation du milieu naturel et de la sécurité des personnes. nos produits sont destinés aux industriels et aux particuliers et ce pour le marché local et à l'export. »

1.6.14. La direction QHSE

Met e en place, maintient et améliore les différents systèmes de management et référentiels pour se conformer aux standards internationaux .Veille au respect des exigences réglementaires produits, environnement et sécurité. Garantit la sécurité de notre personnel et la pérennité de nos installations Contrôle, assure la qualité de tous les produits de CEVITAL et réponse aux exigences clients.

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

1.6.15. La direction énergie et utilités

C'est la production et la distribution pour les différentes unités, avec en prime une qualité propre à chaque Procès : D'environ 450 m³/h d'eau (brute, osmosée, adoucie et ultra pure) ; de la vapeur Ultra haute pression 300T/H et basse pression 500T/H. De l'Electricité Haute Tension, Moyenne Tension et Basse Tension, avec une capacité de 50MW/.

1.6.16. La direction maintenance et travaux neufs

- Met en place et intègre de nouveaux équipements industriels et procédés ;
- Planifie et assure la Maintenance pour l'ensemble des installations ;
- Gère et déploie avec le Directeur Industriel et les Directeurs de Pôles les projets d'investissement relatifs aux lignes de production, bâtiments et énergie/utilité (depuis la définition du procès jusqu'à la mise en route de la ligne ou de l'atelier) ;
- Rédige les cahiers des charges en interne ;
- Négocie avec les fournisseurs et les intervenants extérieurs.

Section 2 : Le processus d'exportation du sucre blanc de l'entreprise CEVITE

La réussite d'une opération d'exportation dépend de la démarche d'exportation tracer par l'entreprise. Cette dernière dépendra de certains nombres d'étapes que l'entreprise doit les suivre pour la réalisation de cette opération. L'exportation d'un produit est une opération très complexe, elle demande des capacités humaines, logistiques, commerciales, de distributions et de chargements.

2.1. Les étapes de processus d'exportation

Le processus d'exportation de diffère d'une entreprise a une autre, selon les moyens que disposent l'entreprise.

2.1.1. Présentation de la démarche d'exportation de CEVITAL

Présentation de la démarche d'exportation de CEVITAL Pour exporter durablement et éviter les erreurs coûteuses, l'entreprise CEVITAL doit avant tout élaborer une démarche cohérente à l'exportation. Une fois que le Complexe CEVITAL a défini la stratégie à l'export et les études préalables réalisées, l'entreprise entamera la prospection des marchés, pour réussir l'exportation et garantir une implantation durable sur les marchés, l'entreprise doit repérer les marchés d'exportation cibles et estimer aussi précisément le potentiel d'exportation possible de ses produits sur ces marchés.

- Étapes préliminaires de la démarche d'exportation

L'étape préliminaire dans une opération d'exportation consiste à déterminer les forces de l'entreprise :

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

a. Les forces de l'entreprise (L'avantage qui tien l'entreprise)

L'entreprise Cevital a toujours connu une augmentation de sa production au marché national. Ces évolutions de l'activité d'exportation de l'entreprise sont dues en priorité à la capacité de l'entreprise à satisfaire la demande, son atout fondamental est son implantation à l'arrière port de Bejaia, cet emplacement lui permet d'acquérir un environnement naturel. Avec sa capacité de production, l'entreprise Cevital a pu couvrir toute la demande nationale (huiles, sucres et boissons), sachant qu'elle exporte une partie de cette production vers l'Europe, le Maghreb et le Moyen-Orient... etc. toutes ces parts de marché s'expliquent en réalisant l'adéquation qualité/prix. En prenant le risque d'adopter une stratégie de pénétration qui consiste à baisser les prix des produits, l'entreprise a pu voir la plus grande part du marché algérien et grâce aux importations d'infrastructures, l'entreprise est passée du stade d'importateur à celui d'exportateur.

b. Le choix du marché

L'étude de marché permet à l'entreprise de déterminer quels marchés étrangers présentent le meilleur potentiel pour un produit particulier. CEVITAL quand elle s'est lancée dans l'exportation, elle a visé un petit nombre de marchés étrangers en tenant compte de l'environnement démographique et physique, politico légal, économique et socioculturel ainsi que l'accessibilité du marché et le potentiel du produit.

2.1.2. La logistique au sein de CEVITAL et ses atouts à l'exportation

CEVITAL est doté de structure commerciale au niveau de chaque filiale exportatrice, qui travaille en coordination avec la direction générale du groupe pour la réalisation des objectifs escomptés. Ces structures sont chargées d'étude des marchés étrangers et l'élaboration des stratégies à l'exportation. La maîtrise des procédures de l'exportation au niveau du groupe est primordiale, voir sa longue expérience dans le domaine ainsi que les capacités managériales dont il dispose. Les autres atouts de CEVITAL à l'exportation on peut les présenter ainsi :

2.1.2.1. La diversification de la production

CEVITAL diversifie de plus en plus sa production en vue d'enrichir ses exportations. Le portefeuille actuel est composé de produits alimentaires notamment le sucre, l'huile et la margarine, mais aussi différents types de verre destiné au bâtiment et l'industrie. Pour le futur proche, CEVITAL compte exporter de ciment et une grande variété de produits électroménagers avec la rentrée en vigueur de la filiale Fagor Brandt.

2.1.2.2. Nolis

L'atout principal de CEVITAL repose essentiellement sur sa filiale de transport maritime Nolis. Créée en 2000, elle assure le transport des marchandises exportées et même

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

importées. En plus qu'elle est propriétaire de trois navires, Nolis est chargé aussi de frètement. Cette filiale est présente en ligne dans les principaux ports de commerce de la méditerranée occidentale avec activités principales suivantes :

- Transport maritime de cargaisons homogènes solides et liquides.
- Transport maritime en ligne régulière des cargaisons en conventionnel, conteneurs et roulant.

2.1.2.3. Les plateformes logistiques à l'étranger

Autres facteurs qui font le succès de CEVITAL à l'exportation sont ses plateformes de distribution en dehors de l'Algérie. Pour être proche de ses clients et approvisionner les marchés locaux dans les délais, CEVITAL s'est doté de deux plateformes logistiques aux standards européens. Une autre plateforme à Tanger, au Maroc pour approvisionner le marché local et certains pays de l'Afrique de l'Ouest.

2.1.2.4. Plan d'exportation de CEVITAL

Concernant l'entreprise CEVITAL, le chargé des exportations élabore des plans d'exportations à long terme ceci est dû à une stratégie qui est adapté pour faire face lors de l'internationalisation. Les éléments généralement traités dans le plan d'exportation de l'entreprise sont les suivants :

- La conception d'une stratégie de pénétration spécifique à chaque marché, en tenant compte notamment des particularités et des différences culturelles de chaque pays ;
- Effectuer des visites dans les marchés cibles afin de se familiariser aux réalités locales ;
- La participation aux salons et foires internationales l'élaboration d'un plan Marketing pour renforcer le plan commercial à travers la définition d'objectifs mensuels à atteindre ;
- Faire des projections financières et débloquer le budget à l'export ;
- Mener des enquêtes sur le milieu concurrentiel, afin d'établir un plan compétitif ;

La programmation de réunions entre les différentes directions concernées de l'entreprise et ce en vue d'analyser la situation et identifier les éventuelles modifications et améliorations qu'il faut apporter pour prévenir les problèmes déjà rencontrés et apporter des solutions adaptées.

2.1.2.5. Le contrat de vente à l'international

Ce dernier se fait à partir de l'accord des deux parties :

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

Suite à un entretien entre le commercial et l'importateur, ce dernier a spécifié les produits et les quantités qu'il souhaitait acheter. Le commercial fait une offre de prix ainsi le

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

choix de l'incoterm qui revient à l'entreprise et qui a jusqu'à présent toujours négocié la majeure partie des exportations en CFR, c'est-à-dire qu'elle effectue le chargement de la

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

marchandise sur le navire qu'elle a choisi, procède au dédouanement à l'export et paye également le fret maritime jusqu'au port convenu. Le risque de perte ou de dommage que peut subir la marchandise ainsi que toute augmentation des frais sont transférés du vendeur à l'acheteur, lorsque la marchandise passe le bastingage du navire au port d'embarquement. Ensuite, ces deux parties négocient certaines conditions relatives aux termes du contrat, à savoir le prix, le mode de paiement, le mode de transport, les délais de livraison ainsi que la durée de validité du contrat.

b. Techniques de paiement utilisé

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

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

En vue d'être vigilante dans le choix de ses clients étrangers, l'entreprise CEVITAL a recours à une technique de paiement sécurisé qui est la lettre de crédit irrévocable et confirmée dans ses transactions commerciales internationales. Ce qui induit que l'entreprise est confrontée très rarement aux différents risques, le principal risque que l'entreprise rencontre lors de son activité c'est le risque de non-paiement. De plus, CEVITAL travaille en collaboration avec des Traders grâce à leurs connaissances et leurs maitrises de l'activité il prémunit l'entreprise de tous ces risques à l'international en plus la souscription aux assurances à l'export au niveau national à savoir CAGEX, ALGEX et autres.

2.1.3. Les opérations effectuées pendant la démarche d'exportation

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

2.1.3.1. La réception de la demande

La réception de la demande est la première étape dans la démarche d'exportation dans l'entreprise CEVITAL, ou autre, cette dernière est représentée sous forme d'une notice d'expédition.

2.1.3.2. Planification export :

Le service planification export passe à la réalisation des opérations suivantes :

1^{ère} étape :

La cotation se calcule à partir des coûts de production et les frais de transports, ainsi l'entreprise établie la facture pro format et mentionne sur le document les informations suivantes : La date, le nom du client, le prix unitaire, le montant total et précisément la

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

monnaie utilisée, l'incoterm de vente, le mode de paiement, les coordonnées du compte bancaire de l'entreprise, celle-ci confirme la commande (Cette étape dépend de la signature de la facture pro format), après cette dernière on passe à l'établissement de la notice d'expédition qui doit contenir certains éléments essentiels qui se présente comme suit :

- Numéro d'expédition et date d'émission ;
- L'acheteur et son adresse ;
- Information sur la marchandise ;
- Date liée à toute opération ;
- Lieu de livraison ;
- L'incoterm choisi ;
- Instructions documentaires ;
- Impression de la facture commerciale.

2^{ème} étape :

Après avoir terminé la première étape, on passe à :

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

2.1.3.3. La préparation de la production

Lors de cette étape, il est essentiel de commencer par créer des maquettes et des emballages adaptés aux spécificités des marchandises. Ensuite, le chef de service donne l'instruction de démarrer la production, à condition de respecter les délais convenus.

2.1.3.4. Suivi qualité

Laboratoire contrôle la conformité des normes physico-chimique, relative aux fiches techniques. Il établit les certificats demandés par le client, à savoir :

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

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

2.1.3.5. Préparation de l'expédition

La préparation de l'expédition implique différentes étapes pour assurer que les produits soient prêts à être expédiés de manière sûre et efficace. Cela comprend la vérification et l'emballage adéquat des marchandises, l'organisation de la documentation requise, telle que les factures et les documents douaniers, ainsi que la coordination des services de transport et de logistique. L'objectif est de garantir que les produits soient prêts à être expédiés conformément aux exigences spécifiques du client et aux réglementations en vigueur.

2.1.3.6. Rapatriement des fonds

Cette étape est répartie en deux tâches :

- **Département Export** : Remise des documents à la Direction des Finances et Comptabilités conformément à la L/C après cette opération, la remise du SWIFT, relatif au virement effectué par le client ;
- **Direction des Finances et Comptabilités** : Confirmation du transfert des fonds et la transmission de l'attestation de rapatriement au Département Export Bejaia et à la Direction Transit dans un délai max de 180 jours.

2.2. Opération d'exportation du sucre blanc

Ci-dessous, nous détaillerons les différentes étapes de l'exportation de 88 tonnes de sucre blanc raffiné "white refined sugar" vers l'Italie, réalisée par l'entreprise CEVITAL le 01/10/2020.

Les traders agissent en tant qu'intermédiaires pour l'entreprise CEVITAL en intervenant et en effectuant une surveillance constante des cours de bourse. Ils effectuent également des expéditions de prospection pour se renseigner sur l'offre de chaque pays.

En raison du manque d'informations concernant sa clientèle, CEVITAL s'appuie sur les traders pour passer des commandes en quantités importantes. Dans cette optique, CEVITAL préfère exporter ses produits à ces traders plutôt que de les exporter à des clients finaux qui demandent de plus petites quantités. Cela permet également de minimiser le risque de non-paiement.

Tout d'abord, CEVITAL entame le processus de négociation et de prise de commande. Cette étape consiste à établir un contact entre les représentants de CEVITAL et les clients finaux pour négocier le contrat de vente et définir ses différentes clauses.

Le contrat en question est transmis à la commodité d'Alger, qui se charge de communiquer les instructions de l'unité de production aux différentes directions situées à Béjaïa. Cela permet de procéder à la livraison des produits et à l'émission de la facture commerciale (annexe n°1).

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

La présente facture sert de confirmation de commande d'exportation, et avec celle-ci, l'exportateur procède à une déclaration auprès des douanes algériennes afin d'obtenir l'autorisation d'expédition (annexe n°2).

Le service de commodité d'Alger officialise la commande reçue de son client en créant un document appelé "notice d'expédition". Ce document est ensuite envoyé par courrier électronique au service d'exportation de Béjaïa, ainsi qu'à tous les services concernés par cette opération (annexe n°3)

La notice présentée par CEVITAL sous le numéro SCWS19135/21 en date du 01/10/2020 constitue le document clé de cette opération d'exportation. Elle contient toutes les informations nécessaires relatives à l'expédition.

- a. Nom et l'adresse de l'acheteur : Antei International SA, adresse : Rue prévost-Martin 5, 1025 Genève, Switzzeland ;
- b. Qualité du produit : Sucre blanc raffiné avec des spécifications à l'ordre de : min 99,8 pol. Max 45 icu. Max 0,04 Ashes. Max 0,06 Moist ;
- c. Quantité du produit : 88T ;
- d. Conteneur 2 de l'armateur : 4 conteneurs de la compagnie maritime MAERSK ;
- e. L'incoterm utilisé « CFR » ;
- f. Mode de paiement : Transfert libre ;
- g. Liste de documents contractuels demandés par le client : B/L Bill of lading (annexes4), certificat d'origine (annexe 5) et liste de coulissage (annexe 6).

L'étape suivante consiste à la mise à disposition des conteneurs vides (booking). Cette opération est réalisée en effectuant une demande aux services des douanes algériennes pour obtenir l'autorisation de réserver les conteneurs pour CEVITAL (annexe 7). Ensuite, le service export sollicite les compagnies maritimes pour mettre à leur disposition des conteneurs vides via le site de réservation (booking). Une fois la compagnie maritime choisie, un bon de mise à disposition des conteneurs vides lui est délivré afin de procéder au rapprochement des conteneurs choisis vers la plate-forme (annexe 8).

Une fois la préparation des conteneurs effectuée, la plateforme logistique transmet au service export la liste des TCs, comprenant les numéros, les quantités et les références des conteneurs. Avant de charger un conteneur vide, il est nécessaire de le faire contrôler par une société de surveillance et d'obtenir une déclaration des douanes algériennes pour l'autorisation de transport.

La douane procède au scellage des conteneurs et attribue un numéro de scellé correspondant à chaque conteneur, suivi d'un second scellé effectué par la société de surveillance SGS (annexe 9).

Après le chargement et le scellement des conteneurs, vient l'étape de la mise à quai, qui nécessite une autorisation délivrée par la douane algérienne. Ce document inclut une liste des numéros de série des conteneurs (annexe 10) qui y est jointe.

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

L'embarquement des conteneurs

Une fois que le navire est arrivé à quai, une autorisation doit être formalisée par l'agent de l'armateur et transmise à l'agent de service de la BMT ainsi qu'au commandant de bord. Ce document est essentiel pour entamer l'opération d'embarquement des conteneurs à bord du navire.

Le rapatriement des fonds

Une fois que le connaissement est signé par le consignataire du navire et que la remise de la marchandise est effectuée par le transporteur, la direction des finances et de la comptabilité (DFC) confirme le transfert des fonds pour le service de transit et pour la direction commerciale (annexe 11).

Certificat d'origine

L'importateur exigera certains documents tels que la facture commerciale, la déclaration en détail et le certificat d'origine, qui atteste que le produit est d'origine algérienne (annexe 12).

Section 3 : Analyse des résultats des exportations du sucre blanc du groupe Cevital

Dans cette section on procède à l'analyse des données des exportations de la période (2010-2020) dans différentes régions du monde détenues du service export de l'entreprise, et on termine avec l'évaluation et l'analyse des réponses les plus pertinentes du questionnaire qu'on a élaboré.

3.1. Evolution des exportations de CEVITAL entre 2010 et 2020

Tableau N°12 : Evolution des exportations du sucre blanc durant la période (2010-2020)

Année	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tonnage	367 862,60	333 645,48	304 802,41	465 011,27	463 168,02	394 881,65	458 393,49	518 415,98	643 048,38	704 289,18	795 748,90

Source : Document interne de l'entreprise d'accueil CEVITAL.

Le tableau N°12, nous montre que pendant la période 2010-2020, les exportations de son produit far qui est « le sucre », ont connu une augmentation significative au fil de cette période, cette augmentation est beaucoup plus visible durant l'année 2013.

Le tableau nous montre aussi un taux de croissance de l'ordre de 116,30% durant cette même période allant de 2010 à 2020.

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

3.2. Les principaux partenaires de CEVITAL

Tableau N°13 : les principaux partenaires de CEVITAL (par pays).

	Anné e	Anné e	Anné e	Anné e							
Pays	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Italie	14,99	10,87	10,29	13,16	7,80	2,67	8,21	4,83	0	0	1,31
Liban	12,58	4,44	4,16	6,54	10,09	8,15	5,87	6,28	13,17	21,67	16,90
Pays-bas	10,87	5,49	0	3,63	1,87	0,08	0,07	0	0	0,03	0,10
Espagne	10,32	5,41	2,97	4,14	3,11	4,19	3,30	3,63	2,61	2,73	2,45
Syrie	9,97	9,97	13,83	12,06	11,41	8,24	3,34	2,48	4,65	0	0,31
Iraq	0,82	14,99	35,97	17,85	0,46	1,02	0	0	0	0	0
Soudan	0	5,99	6,94	9,70	2,43	0	7,85	0	0	0	0
Grèce	0	0	0	5,08	1,87	2,66	1,93	0,06	0	4,88	3,91
Albanie	0	0	3,46	1,63	5,85	6,95	3,91	3,11	0,26	1,99	1,26
Maurétanie	0	0	0	0,03	8,81	0	11,91	0	19,36	6,60	10,59
Turquie	0,77	0,42	0,04	1,35	7,78	26,51	12,84	8,79	13,10	7,59	10,42
Togo	0	0	0	0	0	9,12	0	0	1,09	3,44	0
Egypte	0,03	0,21	0	0	0	0	11,23	0	0	0	0
Jordanie	0	0	0	2,63	2,57	2,47	6,40	17,10	15,86	13,67	17,91
Djibouti	0	0	0	0	0	0	0	7,06	0	0	0
Bulgarie	2,40	0	0	0	0	0	0,40	0	0	0	0

Source : Etabli par nous-mêmes à partir des données de l'entreprise.

Commentaire :

Le tableau N° 13, représente les principaux partenaires de CEVITAL (Par pays) avec qui, elle a réalisé un taux élevé au volume d'exportation.

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

Tableau N°14 : Les principaux partenaires de CEVITAL (Par région).

	2010/2015		2016/2020	
	Total des exportations	%	Total des exportations	%
Afrique	347 326	34%	943 279	45%
Asie	363 484	19%	332553	15%
Europe	461 583	40%	355 640	35%
Amérique	163 484	7 %	159 235	5%
Total	920 447	100%	1790707	100 %

Source : Etabli par nous-mêmes à partir des données d'entreprise.

Commentaire :

D'après le tableau n°14, on constate que la plus grande part des exportations CIVITAL est dédié aux partenaires « Afrique et Europe », entre 2010/2015 et 2016/2020.

La baisse de l'asie est dû au changement géopolitique en Syrie et yaman (parce que la Syrie est le partenaire de cevital).

3.3. Le mode de transport

D'après le résultat du tableau précédent, on remarque que CEVITAL exporte beaucoup vers les pays qui se trouvent du côté de la méditerrané, tel que l'Italie, donc le mode de transport le plus utilisé est le maritime.

Le tableau suivant nous renseigne à titre d'exemple les moyens utilisés pour les exportations, ainsi que la compagnie qui s'offre le plus de fret.

Tableau N°15 : Type de transport utilisé durant l'année 2020

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

Étiquettes de lignes	Somme de QTY SHIPPED	%
Pré-élingué (Sac)	337 850	42%
Conteneurs	424 314	53%
Camions	33 585	4%
Total général	795749	100%

Conteneurs/ligne	Tonnes	%
CMA-CGM	161 908	38%
MAERSK	48 210	11%
MSC	193 560	46%
ARKAS	20 635	5%
Total général	424 313	100%

Source : Document interne de l'entreprise d'accueil CEVITAL.

On constate que le type de transport qui domine durant l'année 2020, c'est le transport par conteneurs avec un taux de 53%, c'est-à-dire que la majorité des ventes à l'étranger c'est à travers le fret maritime.

3.4. Type de contrat utilisé :

Pour ce qui est des contrats utilisés par CEVITAL, ils sont identiques à la tendance maritime algérienne, avec le FOB, CFR et CPT. De par la culture des affaires en méditerranée.

3.5. Analyse et interprétation des résultats du questionnaire

En ce qui concerne le questionnaire utilisé, nous analysons les principales interrogations en rapport avec les exportations ainsi que les obstacles rencontrés.

II. L'entreprise et l'activité d'exportation

Question 2 :

Veillez indiquer en quelle année a eu lieu votre première opération d'exportation : 2008.

Commentaire :

CEVITAL s'est lancée dans l'exportation en 2008, ce qui fait pour elle une expérience de plus de 15 ans dans le domaine. Cette expérience a été un avantage comparatif pour augmenter sa présence sur les marchés étrangers.

Question 3 :

Qu'est ce qui a été à l'origine de cette première exportation :

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

- Une démarche de prospection à l'étranger.

Commentaire :

A l'origine de ses exportations, c'est une démarche de prospection et depuis l'entreprise ne cesse de grandir. D'où l'importance pour les entreprises d'être présent sur le marché international même à titre d'observateur. Ainsi de saisir les opportunités export qui s'offrent.

Question 4 :

Depuis l'année de votre première exportation, votre part de chiffre d'affaires (CA) à l'export :

- **A augmenté.**

Commentaire :

Il faut savoir que depuis l'année de la première exportation, le chiffre d'affaire a augmenté autant que le volume des marchandises exportées. D'où l'importance d'investir sur le marché étrangers car c'est une source de devise utile pour la trésorerie de l'entreprise.

Question 5 :

A votre avis, quels sont les principaux facteurs de réussite d'une démarche à l'export dans votre domaine ?

- **Le savoir-faire ;**
- **Des outils commerciaux adaptés ;**
- **La qualité du produit.**

Commentaire :

Pour CEVITAL, trois éléments clés ont été la source de réussite pour l'entreprise : le savoir-faire qui représente la capacité des ressources humaines à s'adapter aux marchés étrangers, d'avoir des outils adaptés pour la réussite de la démarche export et enfin la qualité du produit qui joue un rôle crucial dans cette démarche. D'ailleurs dans la démarche export nécessité un diagnostic produit, ressources et capacité financière.

Question 6 :

Disposez-vous d'une structure (département, cellule) dédiée à l'export ?

- **Oui.**

Commentaire :

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

Depuis sa première expérience en 2008, CEVITAL s'est beaucoup investi à l'étrangers en étant une source pour sa trésorerie mais aussi pour la pérennité de l'entreprise, ce qui a poussé l'entreprise à dédier une structure capable de gérer les négociations à l'international.

Question13 :

L'exportation est-il un objectif principal pour votre entreprise ?

- **Oui.**
- **Avoir une rentrée de devise, plus accroitre le chiffre d'affaire**
- **Il s'agit d'un moyen de développement.**

Commentaire :

L'exportation est un moyen intéressant pour sa trésorerie mais aussi pour sa présence à l'étrangers, exporter implique des connaissances une notoriété qui peut lui valoir une place dans le marché de matières premières.

Question 20 :

Quels sont les pays où vous exportez ?

- **Pays du Maghreb ;**
- **Pays d'UE.**

Commentaire :

Chaque entreprise entame son processus export via des partenaires voisins ou de même culture, c'est dans les manuels de démarche export. Acquérir de l'expérience en investissant moins via des partenaires régionaux avant d'engager des investissements ailleurs. Aujourd'hui CEVITAL est capable d'assumer des exportations même sur le marché de l'Amérique ou de l'Asie. En grandissant sa capacité de production, elle peut facilement atteindre ses objectifs.

Question 21 :

Le choix est basé sur :

- **Le rapprochement géographique et culturel.**

III. L'entreprise et les obstacles à l'exportation

Question 1 :

Selon vous, les facteurs qui peuvent faire obstacle à vos exportations sont liés :

- **Aux lourdeurs administratives ;**
- **A l'obtention d'aide et d'incitation des organismes publics de soutien aux exportations hors hydrocarbures.**

Commentaire :

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

Bien que l'Algérie s'est engagé dans un programme de promotion des exportations, néanmoins certains obstacles persistent dont les lourdeurs administratives, la nouveauté concernant l'opérateur économique agréé a été tout de même une avancée considérable pour l'entreprise à laquelle on enlève un certain nombre de procédures douanières.

Rien ne peut se faire immédiatement, mais une volonté est là pour accompagner ces entreprises vers l'export.

Question 2 :

Quels sont les risques auxquels sont exposés vos exportations ?

- **Risque pays (y compris le risque d'interruption du marché, risque politique) ;**
- **Risque de change.**

Commentaire :

Les principaux partenaires de CEVITAL situés dans la région du moyen orient et de la méditerranée qui subit des tensions géopolitiques, ces dernières constituent un obstacle politique et économique considérable.

Par ailleurs la guerre en Ukraine a engagé le monde dans une guerre froide entre la chine, la Russie et les USA, ces tensions engendrent des risques liés aux changes et à des fluctuations significatives.

IV. L'entreprise et les politiques de soutien de l'Etat aux exportations hors hydrocarbures

Question2 :

Votre entreprise bénéficie-t-elle des politiques de soutien à l'export mises en œuvre par le gouvernement ?

- **Oui.**

Commentaire :

Comme toute entreprise CEVITAL bénéficie des instruments de l'Etat pour la promotion des exportations, d'autant plus que sa capacité export est largement supérieure à d'autres.

Question3 :

Auprès de quel organisme ?

- **ALGEX.**

Question 7 :

Chapitre III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL

Comment estimez-vous les dispositifs mis par le gouvernement afin de permettre aux entreprises de développer leurs capacités exportatrices ?

- **Encourageantes.**

Commentaire :

Comme nous l'avons vu durant ce travail, les dispositifs de l'Etat ne peuvent pas apporter un fruit immédiat, toutefois, ces dispositifs sont très encourageants et peuvent à l'avenir apporter énormément pour les entreprises exportatrices et pour l'Etat qui souhaite augmenter son taux de couverture en termes de commerce extérieur, en attendant de se lancer dans d'autres engagements dont l'industrie et le tourisme.

Conclusion

A travers ce chapitre on conclut que l'entreprise agroalimentaire, filiale du Groupe CEVITAL, est tournée vers l'export depuis les années 2000 et occupe la deuxième place en Algérie après SONATRACH. Suite à une stratégie globale de diversification, le Groupe est entré dans différents métiers et marchés depuis 2006.

Les filiales agricoles et agroalimentaires ont enregistré une augmentation régulière de la valeur des exportations. L'entreprise a réussi à diversifier ses marchés cibles et ses produits d'exportation, même si le sucre reste son principal produit d'exportation. Grâce à sa stratégie d'exportation coordonnée, l'entreprise est présente sur ses marchés cibles sans investissements étrangers directs comme ses filiales Brandt et OXXO.

Les recherches internes de CEVITAL ont prouvé que l'entreprise maîtrise parfaitement le processus d'exportation du sucre blanc, depuis le développement des marchés et des clients étrangers jusqu'à la gestion des opérations d'exportation.

Au niveau national, CEVITAL détient des droits de monopole sur le marché du sucre, mais au niveau international, il est impliqué dans plusieurs secteurs, dont la Turquie, la Jordanie, la Tunisie et la Grèce. L'entreprise est en concurrence sur démarches tels que l'Inde et vise à se positionner comme la plus grande au monde à l'avenir.

Conclusion générale

La dépendance de l'économie algérienne aux hydrocarbures ne suffira plus à répondre aux besoins du pays. Le pétrole est une ressource non renouvelable. Outre le fait que les prix du pétrole sont volatils, entraînant un déclin économique inimaginable, la solution consiste à diversifier les autres ressources et à renforcer le secteur hors hydrocarbures. Récemment, une organisation a été lancée pour aider à l'exportation des produits hors hydrocarbures. En plus de cela, certains avantages et facilités fournis par le gouvernement à ces organisations pour promouvoir et augmenter les exportations hors hydrocarbures sont fournis.

La libéralisation du commerce extérieur a commencé dans les années 1990 en abolissant les monopoles d'État sur le commerce extérieur, en supprimant tous les obstacles non tarifaires au commerce et en simplifiant les tarifs (pour réduire les coûts et gagner du temps).

Nous avons le long de ce travail, tenté d'étudier l'analyse des exportations hors hydrocarbures en Algérie au sein de l'entreprise CEVITAL, les exportations de cette dernière demeurent fortement dominées par le sucre.

La balance commerciale de l'Algérie est toujours déficitaire, à cause des importations qui dépassent chaque année les exportations totales de l'Algérie.

Selon le rapport annuel des statistiques du commerce extérieur algérien produit par le Centre national de l'informatique et des statistiques, nous concluons que les exportations hors hydrocarbures représentent une très faible proportion des exportations totales.

L'exportation de l'Algérie dans le domaine hors hydrocarbure repose particulièrement sur les demi-produits précisément les Engrais minéraux ou chimiques azotés, ils ont atteint 20% de total des exportations hors hydrocarbures durant toute la période de 2015-2020.

L'Algérie exporte majoritairement ses produits vers les pays Européens, D'Où le pourcentage des exportations a atteint 62.84% de total des exportations Algériennes durant l'année 2020. Les principaux clients de l'Algérie en particulier c'est l'Italie en première position, la France et l'Espagne.

Liste bibliographique

1. Ouvrages

- Direction de la promotion des exportations, mars 2007.
- Finances et développement du FMI et BM juin 1996, P14
- OUKACI K. & KHERBACHI H, Intégration des économies magrébines et partenariat euro-méditerranéen, état des lieux, Ouvrage collectif, Europe et Maghreb, Voisinage immédiat, Distanciation stratégique, Alger, CREAD, (2010), P-P 75-92.

2. Revues

- BELKACEM S, AZZAM M, Les déterminants de l'internationalisation des PME algériennes : étude exploratoire. Revue de l'Entrepreneuriat, 2018, 17(1), 33-57.
- BENINI M, « Forum du Commerce Extérieur », Revue d'Algex, n°10- 3ème trimestre 2011, P.7.
- Le Ministre du Commerce, lors du forum d'El Moudjahid tenu le 27 novembre 2002 à Alger.
- Les articles 174 à 185 du code des douanes et les décisions du Directeur Général des Douanes n° 04 et n°16 du 03 février 1999 précisent les modalités et conditions d'application de l'admission temporaire pour le perfectionnement actif et l'exportation en l'état.
- MARCHE E, « 44 entreprises bénéficient de l'appui d'Optimexport », Liberté, 29 juillet 2009.

3. Thèse et mémoires

- ARROUCHE N « Essai d'analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures en Algérie : contraintes et résultats » Mémoire de Magister en Sciences Economiques. Option : Économie et Finance Internationales, Université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou, 2014. P85.
- BOUZID A, « L'évolution du commerce extérieur des produits agricoles : Essai de construction d'un modèle d'estimation et de prévision », Mémoire de Magister en Sciences Agronomiques. INA El-Harrach, (2007), PP. 30-31.

- BOUZID S, HOCINE M, Contraintes de croissance des PME algériennes, *Économie Appliquée*, (2016) 69(3), 127-155.
- HASSAINE K, Accord d'association Algérie-Union Européenne « Quelles perspectives pour l'économie algérienne ? », *Mémoire de Magistère en Science Economique*, Université d'Oran, 2011, P.76.
- MATALLAH M, Les Exportations Agricoles et Agroalimentaires en Algérie : Etat des lieux et perspectives, *Thèse de doctorat en Sciences Agronomiques*, Ecole Nationale Supérieure Agronomique El- Harrach Alger, 2021, P.28.
- MIMOUNE L, KHELADI M, *Mémoire fin cycle, Spécialité Finance et Commerce International « La politique de l'Etat dans le secteur du commerce extérieur »*, Université A. Mira de Bejaïa, Année 2013, P.29.
- REDOUANE A « Développement des PME et promotion des exportations : quelles perspectives pour l'Algérie ? Une étude de cas de la wilaya de Bejaia », *mémoire de magister en sciences Economiques option Espace Développement et Mondialisation*, Université Abderrahmane MIRA Bejaia, 2008, P84.
- ZOURDANI S, « Le financement des opérations du commerce extérieur en Algérie : cas de la BNA », *Mémoire de Magister en Sciences Financières*, Université de TiziOuzou, (2012), P.57.

4. Papiers de recherche

- DJEMAI S « Les PME Exportatrices : Croissance Economique Hors Hydrocarbures », *Communication présentée lors du colloque international sur l'évaluation des effets des programmes d'investissement publics 2001-2014 et leurs retombées sur l'emploi, l'investissement et la croissance économique à Sétif le 11 12 mars 2013.*
- OUALIKENE S, HADJOU L, Université de TIZI OUZOU, « La politique commerciale algérienne depuis 1962 : entre échec de la diversification des exportations et accroissement de la dépendance extérieur ».

5. Rapports d'organisations officiels

- AMIOT F. SALAMA O “Logistical Constraints on International Trade in the Maghreb”, Document de travail de recherche sur les politiques, Numéro de rapport 1598, Volume N° 1, Banque Mondiale, mai 1996.
- ATI T, les exportations hors-hydrocarbures algériennes, à l’occasion de la tenue de la convention France Maghreb, Paris le 5 et 6 février 2008, p7.
- BENACHENHOU A, « Bilan d’une réforme économique inachevée en méditerranée », les cahiers CREAD, n°46/1998.
- CNUCED (2002), «rapport sur l’Algérie».
- CNUCED (2017), «rapport sur l’Algérie».
- Finances et développement du FMI et BM juin 1996, P14
- FMI, « Algérie, Stabilisation et transition à l’économie de marché », Washington 1998, P10.
- KPMG, guide investir en Algérie, 2012, p 93
- Rapport du FMI, Selon le Vice président du Forum des investisseurs tenus en 2002.
- Rapport de FMI, N° 06/101, Mars 2006, P.4.
- Rapport de FMI, N° 06/101, Mars 2006, P.6.
- Rapport du CNUCED 2017 sur la politique commerciale de diversification.
- Rapport de douane 2018 sur les données statistique du commerce extérieur.

6. Textes législatifs et réglementaires

- Article 13 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires.
- Article 10/5 de la Loi de Finances pour 2011 modifiant et complétant les dispositions de l'Article 138 du Code des Impôts Directs et Taxes Assimilées.
- Article 42-2 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaires.
- Article 42 et 50 du Code des Taxes sur le Chiffre d'Affaire

- Article 181 et 192 de la loi 90 relative à la monnaie et au crédit.
- Articles 186, 187 et 188 du code des douanes et la Décision d'application du Directeur Général des Douanes n°17 du d 03 février 1999.
- Article 220-3 du Code des Impôts Directs et Taxes Assimilées.
- Article XII « Tout Etat ou territoire douanier distinct jouissant d'une entière autonomie dans la conduite de ses relations commerciales extérieures et pour les autres questions traitées dans le présent accord et dans les accords commerciaux multilatéraux pourra accéder au présent accord à des conditions à convenir entre lui et l'OMC. Cette accession vaudra pour le présent accord et pour les accords commerciaux multilatéraux qui y sont annexés.
- Circulation N° 625 du 18/10/1992 relative à la réorganisation de la gestion du commerce extérieur par de nouvelles règles concernant les opérations d'importation et d'accès à la devise.
- Décret exécutif n° 04- 174 du 12 juin 2004.
- Décret exécutif n° 96-327 du 1er octobre 1996.
- Décret n° 96-235- du 2 juillet 1996
- Décret n°0807- du 19 janvier 2008.
- La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations est régie par l'article 4 de l'ordonnance 96/06 du 10/01/1996.
- La décision interministérielle n° 130 du 10-12-2002 modifiant et complétant les dispositions de la décision interministérielle n° 767 du 24 octobre 2001, portant soutien de l'Etat aux exportations des dattes.
- La loi 78. 02 relatives au monopole de l'Etat sur le commerce extérieur, selon l'article 1 de cette loi stipule que « les exportations des biens, fournitures, service, de toutes natures sont du ressort exclusif de l'Etat ».
- Le programme général d'exportation (PGE) est institué par le décret 84 – 390 relatif à la mise en œuvre du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur
- Les articles 174 à 185 du code des douanes et les décisions du Directeur Général des Douanes n° 04 et n°16 du 03 février 1999 précisent les modalités et conditions d'application de l'admission temporaire pour le perfectionnement actif et l'exportation en l'état.
- Les articles de 193 à 196 du code des douanes et la décision du Directeur Général des Douanes n°13 du 03 février 1999 relatif à l'exportation temporaire.

- Les modalités et conditions d'exercice de l'entrepôt public et privé sont fixées par les décisions du Directeur Général des Douanes n°05 et n°06 du 03 février 1999.
- Loi n° 96-205 du 05 juin 1996.

7. Sites internet

- www.algerieconseilexport.com
- www.algex.dz.
- www.anexal.dz.
- www.aps.dz.
- www.archive.uneca.org.
- www.bank-of-algeria.dz.
- www.caci.dz.
- www.cacqe.org
- www.cacqe.org
- www.cagex.dz
- www.commerce.gov.dz
- www.djazairess.com.
- www.douane.gov.dz
- www.imf.org
- www.journals.openedition.org.
- www.mincommerce.gov.dz.
- www.openedition.org
- www.safex-algerie.com.
- www.untca.dz.

Questionnaire destiné aux entreprises

Dans le cadre de la préparation d'un mémoire de Master en Finance et Commerce International à l'université de Béjaïa qui s'intitule : **Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : entre les contraintes et les mesures incitatives du pouvoir public**, et qui nécessite la réalisation d'une enquête de terrain auprès d'un échantillon d'entreprises de la wilaya de Béjaïa, votre entreprise a été sélectionnée pour participer à cette enquête. Pour cela nous vous prions de contribuer à la réalisation de cette étude en remplissant le questionnaire suivant.

Il est porté à votre connaissance que les réponses à ce questionnaire permettront de tirer des conclusions d'ensemble sans faire référence spécifiquement aux entreprises interrogées sauf si l'information est du domaine public ou que sa diffusion est autorisée. Nous vous remercions d'avance pour le temps que vous allez nous accorder.

I. Identification de l'entreprise

1. Raison sociale
2. Siège sociale
3. Année de création de l'entreprise.
4. Nature juridique de l'entreprise.
a. Privée b. Publique c. Mixte
5. Taille de l'entreprise
a. Grande entreprise b. Petite ou moyenne entreprise (PME)
6. Nombre d'employés, à temps plein, en incluant le propriétaire-dirigent, travaillant dans l'entreprise
a. 0 à 09 b. 10 à 49 c. 50 à 250 d. Plus de 250
7. Statut juridique
8. a. SNC b. SARL c. SPA d. EURL e. Entreprise individuelle
9. Secteur d'activité de l'entreprise.
a. Industrie agroalimentaire b. Industrie de textile et cuire c. Matériaux de construction
d. Bois, liège et papier e. Chimie et plastique f. Commerce de gros ou de détail

g. Entreprise de services **h.** Industrie des ressources naturelles **i.** ISMME¹

j. Autres secteurs, veuillez préciser
.....

II. L'entreprise et l'activité d'exportation

1. Veuillez indiquer les principaux produits que l'entreprise a exportés et/ou entrain d'exporter, ainsi que ceux qu'elle souhaite exporter:

Produits exportés dans les années précédents :

-
-
-

Produits en cours d'exportation :

-
-
-

Produits que l'entreprise souhaite exporter :

-
-
-

2. Veuillez indiquer en quelle année a eu lieu votre première opération d'exportation :

..... /..... /

3. Qu'est ce qui a été à l'origine de cette première exportation.

Une sollicitation directe d'un client étranger

Un contact sur un salon en Algérie

Un contact sur un salon à l'étranger

¹Industries Sidérurgiques, Métallurgiques, Mécaniques et Electroniques.

- Une démarche de prospection à l'étranger
- Une recommandation d'une entreprise/un partenaire/un fournisseur
- Un e-mailing

4. Depuis l'année de votre première exportation, votre part de chiffre d'affaires (CA) à l'export :

- A augmenté
- A évolué en dents de scie
- Plus de CA
- A stagné
- A diminué

5. A votre avis, quels sont les principaux facteurs de réussite d'une démarche à l'export dans votre domaine?

- Le prix
- La qualité du produit
- Le savoir-faire
- Le made in Alegria
- L'existence d'une structure dédiée à l'export
- La notoriété de l'entreprise
- Des outils commerciaux adaptés
- Un site internet
- Les services liés aux produits
- Avoir déjà réussi en Algérie
- La présence sur des salons

6. Disposez-vous d'une structure (département, cellule) dédiée à l'export ?

- Oui Non

7. Pour vendre vos produits à l'étranger, vous recourez :

- A des distributeurs indépendants à l'étranger
- A la vente directe en ligne

- Aux représentants sur les marchés étrangers
- A la co-entreprise
- A une filiale ou succursale
- Autres méthodes, veuillez préciser.....

8. Disposez-vous d'une main d'œuvre qualifiée pour exporter (c'est-à-dire que celle-ci est-elle dotée d'une capacité à répondre et à satisfaire le marché d'exportation) ?

- Oui Non

9. Disposez-vous de spécialistes formés en :

• Commerce international (y compris les paiements internationaux) :

- Oui Non

• Marketing international (connaissances des marchés internationaux)

• Stratégie internationale

- Oui Non

• Logistique internationale

- Oui Non

-Autres, veuillez préciser.....

10. Avez-vous un site internet ? Si oui, en quelle langue est-il disponible ?

- Non, pas de site
- Oui, en français uniquement
- Oui, avec des traductions en anglais
- Oui, avec des traductions dans plusieurs langues
- Si oui, veuillez préciser en quelle langue cela a été fait

11. Avez-vous déjà participé :

Au salon professionnel à l'étranger ? Oui Non

A une foire internationale à l'étranger ? Oui Non

Au salon professionnel en Algérie ? Oui Non

A une foire internationale en Algérie? Oui Non

Si oui, veuillez préciser le lieu de cette manifestation commerciale

.....

12. Votre offre souffre-t-elle de contraintes liées :

Au manque d'équipements? Oui Non

A la capacité de production insuffisante ? Oui Non

Au manque de main d'œuvre qualifiée ? Oui Non

A la pénurie de matière première ? Oui Non

A l'insuffisance de capitaux ? Oui Non

Autres contraintes, veuillez préciser.....

13. L'exportation est-il un objectif principal pour votre entreprise ?

Oui Non

14. Si oui, pourquoi ?

a. Il s'agit d'un moyen de survie

b. Il s'agit d'un moyen de développement

c. Autres. Veuillez préciser

15. Si non, pourquoi ?

a. La culture de l'entreprise (une tendance plutôt locale)

b. Les résultats obtenus sur le marché local jugés par les dirigeants comme satisfaisants

c. Estimation positive à long terme

d. Manques des ressources (financiers et humaines)

16. Vos produits nécessitent-ils des dispositions particulières à l'export.

Températures contrôlées Oui Non

Signalisation produits fragiles Oui Non

Autorisation/licence Oui Non

Emballage/conditionnement spécial Oui Non

Adaptation technique/respect des normes étrangères Oui Non

Autres, veuillez préciser

17. Qu'est ce qui a été à l'origine de cette première exportation ?

a. Une sollicitation directe d'un client étranger

- b. Un contact sur un salon à l'étranger
- c. Une recommandation d'une entreprise/un partenaire/fournisseur
- d. Un contact sur un salon en Algérie
- e. Une démarche de prospection à l'étranger
- f. Une-mailing
- g. Autres, veuillez préciser

18. Le produit exporté est :

- a. Le même que celui qui est vendu en Algérie
- b. Adapté aux spécificités du marché étranger

19. Vos produits sont-ils adaptés à la demande étrangère, en termes de :

	Oui	Non
a. Prix ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Qualité ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Normes internationales (notamment les normes techniques.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Autres éléments	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Veuillez préciser

.....

20. Quels sont les pays où vous exportez ?

- a. Pays du Maghreb
- b. Océanie
- c. Pays d'Asie
- d. Pays d'UE
- e. Pays d'Amérique du Nord et d'Amérique latine

21. Le choix est basé sur :

	Oui	Non
a. Le rapprochement géographique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Le rapprochement culturel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Le rapprochement géographique et culturel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Autre chose	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Veillez préciser

III. L'entreprise et les obstacles à l'exportation

1. Selon vous, les facteurs qui peuvent faire obstacle à vos exportations sont liés :

Aux lourdeurs administratives ? Oui Non

Aux difficultés d'accéder aux financements ? Oui Non

Au manque d'informations sur les marchés étrangers? Oui Aux coûts de transport et d'assurance ? Oui Non

A l'obtention d'aide et d'incitation des organismes publics de soutien aux exportations hors hydrocarbures ? Oui Non

Autres obstacles, veuillez préciser

2. Quels sont les risques auxquels sont exposées vos exportations ? Oui Non

Risque commercial (non paiement, non transfert de devises) ? Oui Non

Risque pays (y compris le risque d'interruption du marché, risque politique) ?

Oui Non

Risque de change (évolution défavorable de monnaie de facturation) ? Oui Non

Autres risques, veuillez préciser

IV. L'entreprise et les politiques de soutien de l'Etat aux exportations hors hydrocarbures

1. Parmi les programmes et organismes suivants dédiés aux services des entreprises exportatrices, cochez tous ceux que vous connaissez.

a. ALGEX (Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur)

b. FSPE (Fonds Spécial pour les Exportations)

c. SAFEX (Société Algérienne pour les Foires et les Expositions)

d. CAGEX (Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations)

e. COFACE-Algérie (Service de la Compagnie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur)

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

- g. ANXEL (Association Nationale des Exportateurs Algériens)
- h. PROMEX ('Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur)
- i. Autres. Veuillez préciser

2. Votre entreprise bénéficie-t-elle des politiques de soutien à l'export mises en œuvre par le gouvernement?

- a. Oui b. Non

3. Si oui, auprès de quels organismes demandez-vous appui pour l'accomplissement de vos démarches d'exportation ?

- a. ALGEX b. FSPE c. SAFEX d. CAGEX
- e. COFACE – Algérie f. CACI g. ANXEL h. PROMEX
- i. Autres, veuillez préciser

4. Quelle a été la nature de l'aide ou d'accompagnement?

- a. Aide financière
- b. Informations juridiques
- c. Participation à des salons
- d. Recherche de partenaires
- e. Informations sur la fiscalité
- f. Informations sur les marchés étrangers
- g. Autres, veuillez préciser

5. Connaissez-vous les assurances qui couvrent les risques liés aux exportations ?

- a. Oui b. Non

6. Si oui, pour couvrir vos opérations d'exportation, vous recourez à :

- a. La CAGEX
- b. La COFACE-Algérie
- c. Autre, veuillez préciser

7. Comment estimez-vous les dispositifs mis par le gouvernement afin de permettre aux entreprises de développer leurs capacités exportatrices ?

- a. Très contraignants
- b. Contraignants

- c. Sans influence
- d. Encourageantes
- e. Très encourageants

Merci pour votre compréhension et coopération !

LISTE DES FIGURES

N°	FIGURES	PAGE
01	Les principales contributions à l'évolution des exportations (1 ^{er} trimestre de l'année 2020)	34
02	Parts des principaux clients (en % du total des exportations) durant le premier trimestre des années 2019-2020.	34
03	Parts des principaux clients (en % du total des exportations) durant le premier trimestre des années 2019-2020.	35
04	Evolution des taux de croissance des importations par zone géographique durant le premier trimestre des années 2018, 2019 et 2020	36
05	Evolution des taux de croissance des exportations par zone géographique durant le premier trimestre des années 2018, 2019 et 2020	36
06	Répartition des importations et des exportations par zone géographique au cours du premier trimestre de l'année 2020.	37

NOTICE OF EXPEDITION

SCWS19135/21

Date: 01/10/2020

Client: Antei International SA
Address : Rue Prévost -Martin 5, 1205 Geneve , Switzerland
 Tel.: +41 22 591 11 49

Executed by: Kahina BOUHADOUF **Phone ext:** 301725

Commodities: White Refined Sugar
Specifications: Min 99.8 pol. Max 45 icu. Max 0.04 ashes Max 0.06 moist
Tonnage: 88 **Bag type:** 1.1 MT Bags
Total unit: 80 **Unit/20 FTx** 20
20 FT #: 4 **Tonnage/20 FT:** 22

Markings: Trilingual **Pallets:** Fumigated
Surveyors: AMSPEC **Delivery:** Containers

Nomination date: 15/09/2020 **Shipment period:** October, 2020
Sailing week: Week 42 **Sailing incoterm:** CFR
POD: Napoli **Destination:** Italy
Shipping line: MAERSK **Vessel/Voyage #:** TBN

Documentary instructions:

Type of Document	Entities	Original #	Copies #
BL	Maersk	3	4
Certificate of Origin	CCI Bejaia	1	4
Packing List - Add Batch N°	Manufacturer	1	3
Health Cert - Add Batch N°	Manufacturer	1	3
Cert of Analysis - Add Batch N°	Manufacturer	1	3
Non GMO Cert - Add Batch N°	Manufacturer	1	3
Phytosanitary Cert - add Batch N°	Manufacturer	1	3
Cert of Conformity - Add Batch N°	Manufacturer	1	3
CWQP - Add Batch N°	AMSPEC	1	3

Shipping instructions:**Goods description:** 88 MT White Refined Sugar

B/L Marked: Freight Prepaid
 Shipped on Board
 Agent at destination
21 Free Days at destination*

Shipper: Cevital Spa
Consignee: To Order
Notify 1: CSAPO SRL
 VIA E. SCROVEGNI, 1
 35131 PADOVA (PD) - ITALY
 MR.LEONARDO BONSEMBIANTE

Remarks:**Consultation & Modification : Nabila Henane**

PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC OF ALGERIA

THE VERIFIED GROSS MASS OF A CONTAINER CARRYING CARGO
STATEMENT OF COMPLIANCE



This statement supplement the Bill Of Lading

Issued under the provisions of the

INTERNATIONAL CONVENTION FOR THE SAFETY OF LIFE
AT SEA, 1974, as modified by the Protocol of 1988 relating thereto

Under the authority of the People's Democratic Republic of Algeria

By.....
(Person or port/terminal facility or weighing facility duly designated)

Bill of Lading Number [BM]..... Sous 19135/91
 Shipper [SH]..... SPA REVITAL
 Carrier [CA]..... MAERSK Voyage number.....
 Vessel Name..... MS JORDAN Call sign..... IMO Number.....
 Port of loading..... ALGERIA ALGERIE
 Port of discharge..... NAPOLI ITALY
 Place of transshipment..... VALENCE
 Approval Verification Method Number by Competent National Authority[SM 1]

N°	Container ID	SEAL NUMBER	Verified Gross Mass [VGM]	Verification Date and Time [VDT]
01				

The party that has verified the weight (e.g. the operator of the weighing facility) Contact details (Name, Address, Tel, Email)	Method of weighing ¹ (Crane, scale, weighbridge or lifting equipment)

Signature

Place and Date

Signature

(Person duly authorized by the shipper)

Person duly authorized by

Port / Terminal facility

Dry port / (weighing station)

*Name in capitals

M. MAMMACHE AMMEL

¹ If the VGM of packed container is obtained by weighing the container while it is on a road vehicle, the tare mass of the road vehicle & the tractor (as indicated on their registration documents) should be subtracted. The mass of any fuel on the tank of the tractor should also be subtracted; (Msc1/circ1475 paragraph 1)

SCWS19135/21

N°	Container ID	Weight Gross Mass	SEAC
1	MSKU5637131	24 520,00	DZ00002259
2	MSKU5672873	24 500,00	DZ00002258
3	SUDU1990890	24 560,00	DZ00002265
4	TRLU9143205	24 540,00	DZ00002266





Réf : SCWS19135/21

Bejaia, le : 08/10/2020

A

L'aimable attention de Monsieur l'Inspecteur Principal
Des Brigades des Douanes de Bejaia.

Objet : Autorisation d'emportage, scellement et mise à quai de 4 **conteneurs** CNT du sucre alimentaires Empotés sur site de Cevital Nv Quai Port de Bejaia

Monsieur ;

Nous avons l'honneur de vous demander de bien vouloir nous autoriser la mise à quai de 04 TC 20' Dry empotés sur site de Cevital Nv Quai Port de Bejaia.

MSK5637131 :DZ00002259
MSKU5672873:DZ00002258
SUDU1990890 :DZ00002265
TRLU9143205 :DZ00002266

Comptant sur votre habituelle collaboration,
Veuillez, agréer, Monsieur l'Inspecteur Principal, l'expression de nos salutations.

DOUANE

Le Département Export



Siège Alger :

✉ : Ilôt N°6 – ZHUN GARIDI II Kouba/ ALGER - Code Postal : 16000 - ALGERIE.

☎ : 00.213(0) 21.56.38.02 /80/90-56.37.10/56.37.80 / 🖨 : 00.213(0)21.56.38.24/56.37.55/56.38.20/56.38.14



Réf : SCWS19135/21

Bejaia, le : 08/10/2020

A

**MONSIEUR LE COMMISSAIRE DE LA
BPFM DU PORT DE BEJAIA**

**Objet : Autorisation de mise à quai de 04 conteneurs CNT du sucre alimentaire
Empotés sur site de Cevital Nv Quai Port de Bejaia**

Monsieur;

Nous avons l'honneur de vous demander de bien vouloir nous autoriser la mise à quai de 04 TC 20' Dry empotés sur site de Cevital Nv Quai Port de Bejaia.

MSK5637131 :DZ00002259
MSKU5672873:DZ00002258
SUDU1990890 :DZ00002265
TRLU9143205 :DZ00002266

Comptant sur votre habituelle collaboration,

Veillez agréer, Monsieur le commissaire, l'expression de nos salutations.

AVIS de la BPFM

Le Département Export



Siège Alger :

✉ : Ilôt N°6 – ZHUN GARIDI II Kouba/ ALGER - Code Postal : 16000 - ALGERIE.

☎ : 00.213(0) 21.56.38.02 /80/90-56.37.10/56.37.80 / 📠 : 00.213(0)21.56.38.24/56.37.55/56.38.20/56.38.14

CEVITAL AGRO



BON DE MISE A DISPOSITIN DES CONTENEURS VIDES

N° Réf.:	F-TRT- 001
Date de Révision	10/10/2018
Version	2

Date : 19-01-2021

Armateur : YD

N° du bon : 10

I- Critères obligatoires de tri et selection:

Lors de la pré-sélection, tout TC faisant objet d'un des critères ci-dessous doit être Systématiquement éliminé :

N°	Critere*	Standard*
1	Etanchéité	Présence de joint conforme sur les portes, non déchiré, Absence d'entaille, de déchirure, d'gratinure profonde
2	Aspect	Pas de zone tordue ou enfoncé
3	Accecesoire	Présence de bras et de montant, présence de boite d'aeration
4	Odeur	Toutes odeurs désagréable, nuisible provoquant des nausées
5	Propreté	Absence totale de chaux , graisses, corps étrangers sevères (verre) et clou > nombre de 10
6	Sources humides	Absence totale de toutes sources humide : eau ou autre liquide
7	Rouille	Absence totale de rouille sur le toit, et absence de trace de rouille sur une serpillière

*: Au moment du tri et le contrôle des critères déjà énoncés, l'agent responsable de contrôle doit veiller au respect du mode opératoire de contrôle.

II- Evaluation des critères nécessitant un nettoyage a sec

N°	Critère à contrôler avant nettoyage à sec	Conforme		Non conforme		Commentaire*
		TC1	TC2	TC1	TC2	
1	Présence d'étiquettes et/ou pictogramme	✓	✓	✓	✓	
2	Odeur, mais qui n'est pas désagréable	✓	✓	✓	✓	
3	Propreté : Poussière, débris et déchets de papier, bois et pierre et légumineuses	✓	✓	✓	✓	
4	Aération bloquée ou obstruée par un scotch	✓	✓	✓	✓	

III- Traçabilité :

Nom du Chauffeur	Immatriculation	N° du TC	Observation
ESMAV	03189-503-06	N TCNU 360 4118	R-A-S

Visa Expéditeur (Transit)

Visa Reception (PF. TC)

Visa sécurité

DECLARATION		LIBELLE DE DECLARATION		FEUILLET		total / articles		EXEMPLAIRE DECLARANT			
IMPORTATEUR / EXPORTATEUR REEL		SAISIE DU NUMERO		N°		ENREGISTREMENT		CACHET DU BUREAU			
Nouveau Port De Bejaia One		099806000380297-00000		2020-10-07 12:04		2020-10-07 12:04		BEJAIA-PORT			
FOURNISSEUR / DESTINATAIRE REEL		PREVOST-MARTIN 5 1205 GENE		REVENUE EN L'ETAT		FINANCEMENT		CORRECTION		NAT TRANS	
PAYS ACHAT VENTE		PAYS DESTINAT		RELAT VENTE/ACHAT		COEF AJUST		SOLDE AUTRES ELEMENTS ET (P.T.F.N)		TAUX DE CHANGE	
492		550 1									
DECLARANT		N° AGREMENT		LIC REP		VALEUR EN DA		DOMICILIATION BANCAIRE			
CEVITAL SPA BEJALA		1999/777674		574		162/201/2000/001/00144/151					
NOUVEAU QUAI PORT DE BEJA 96000		NATION		MODE		TRANSPORT INTERIEUR IDENTIFICATION		LOCALISATION MDES		PAYS PREMIER DEST	
ARTICLE		DESIGNATION DES MARCHANDISES		REGIME FISCAL		ORIGINE		CODE STATISTIQUE		POIDS NET	
01		Autres sucres blancs		028		TUNISIE		1701991900		38000,00	
4 TOS ONE SUCRE BLANC EN BIG BAGS										38000	
ARTICLE		DESIGNATION DES MARCHANDISES		REGIME FISCAL		ORIGINE		CODE STATISTIQUE		POIDS NET	
PIECES JOINTES :		LIEUX D'UTILISATION OU D'ENTREPOTAGE DES MARCHANDISES ADMISES SOUS LE COUVERT D'UN REGIME SUSPENSE		DELAI		TAUX SUSP		MONNAIE		PLUS-VALUE	
-020-655-											
CODE		N° DECL		REGIME DOUANIER PRECEDENT		DATE		CODE		MONTANT CAUTION :	
										MONTANT REMISE :	
MARQUE		GENRE		INDICATIONS VEHICULES PARTICULIERS		ANNEE					
CODE TAXE		QUOTITE		ABBIETTE		MONTANT		CODE TAXE		QUOTITE	
MODE DE PAIEMENT		TRANSIT / SCHELEMENTS APOSES		AUTORISE PAR :		N° :		DU :			
COMPTANT		CONSIGN		NOMBRE		MARQUES					
		100,00									
		1.500,00									
TOTAL		1.600,00		DATE (LIMITE)							
				SURPROFIT		SURDEST					
CONSIGNATION PENALITES				QUITANCE CONSIGNATION							
				N° : DU :							
				QUITANCE CONSIGNATION DROIT ET AXES							
				N° : DU :							
				QUITANCE PENALITES							
				N° : DU :							
				DATE :							
				SIGNATURE DU CASHIER							

DOUANES ALGERIENNES

ENGAGEMENTS

S.I.G.A.D
LIQUIDATION REGIMENTATIVE

Le Déclarant
BADIS BOUMEDIENE-TALEB
Déclarant en douane

Observations
EXPORTATION
G L O B A I

ENGAGEMENTS SOUSCRITS
A. Je soussigné, sollicite sous les peines de droit mentionnées dans le présent régime douanier les marchandises déclarées dans cette déclaration.

Direction Transit
Département
Bejaia

PACKING LIST

Date : Octobre 06th, 2020

Vessel : MV /BF CARODA 040W

Load Port: Bejaia Port

Discharging Port: NAPOLI / ITALY

Address: CSAPO

VIA E. SCROVEGNI, 1
35131 PADOVA (PD) - ITALY
MR.LEONARDO BONSEMBIANTE

Cargo description:

- 80 BIG BAGS of white refined sugar /Gross weight 1102.35 kgs – Net weight 1100.00 kgs
- loaded in 04 x 20' containers as attached list.

Batch N°: 201006E

The quantity of the cargo shipped / loaded is:

- Net weight: 88 000.00 KG.
- Gross weight: 88 188.00 KG.

CEVITAL Spa,



Cevital Spa

☒ Ilot D n° 6 Zhun Garidi II - Alger

☎ + 213 23.56.38.02/10 - ☎ +213 23.56.38.20

CONTAINER LIST ATTACHED TO PACKING LIST. CONTRAT SCWS19135/21

N°	Container NR	Type	Big bag	Net weight	Gross weight
01	MSKU5637131	20'	20	22 000,00	22 047,00
02	MSKU5672873	20'	20	22 000,00	22 047,00
03	SUDU1990890	20'	20	22 000,00	22 047,00
04	TRLU9143205	20'	20	22 000,00	22 047,00
TOTAL			80	88 000,00	88 188,00





BILL OF LADING FOR OCEAN TRANSPORT OR MULTIMODAL TRANSPORT

SCAC SEJJ

B/L No. 205665114

Shipper
CEVITAL SPA
NOUVEAU QUAI
PORT DE BEJAIA
06000 BEJAIA
Bejaia
Algeria

Booking No.
205665114

Export references

Svc Contract
294965231

Onward inland routing (Not part of Carriage as defined in clause 1. For account and risk of Merchant)

Consignee (negotiable only if consigned "to order", "to order of" a named Person or "to order of bearer")
TO ORDER

Notify Party (see clause 22)
CSAPO SRL
VIA E. SCROVEGNI, 1
35131 PADOVA (PD) -
ITALY MR.LEONARDO BONSEMBIANTE

Vessel (see clause 1 + 19)
BF CARODA

Voyage No
040W

Place of Receipt. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L. (see clause 1)

Port of Loading
BEJAIA ALGERIA PORT

Port of Discharge
NAPOLI PORT ITALY

Place of Delivery. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L. (see clause 1)

PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER

Kind of Packages; Description of goods; Marks and Numbers; Container No.; Seal No.

Weight

Measurement

4 containers said to contain 80 bags

88188.000 KGS

132.8000 CBM

88 MT OF WHITE REFINED SUGAR

GROSS WEIGHT : 88.188 M/T

NET WEIGHT : 88.000 M/T

NUMBER OF BAGS : 80

ALSO NOTIFY2:

RIPARBELLI & C. CASA DI SPEDIZIONI SRL
VIA DARSENA, 17
48122 RAVENNA RA
ATT. ALESSANDRA RIPARBELLI
E-MAIL: alessandra@riparbellispedizioni.com

ORIGINAL

Freight Prepaid

destination costs paid by Riparbelli Ravenna

APPLICABLE FREE TIME 14 DAYS COMBINED (DETENTION & DEMURRAGE) AT (PORT OF DISCHARGE / PLACE OF DELIVERY)

Above particulars as declared by Shipper, but without responsibility of or representation by Carrier (see clause 14)

Freight & Charges	Rate	Unit	Currency	Prepaid	Collect
Carrier's Receipt (see clause 1 and 14). Total number of containers or packages received by Carrier. 4 containers	Place of Issue of B/L. Algiers port	SHIPPED, as far as ascertained by reasonable means of checking, in apparent good order and condition unless otherwise stated herein, the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box entitled "Carrier's Receipt" for carriage from the Port of Loading (or the Place of Receipt, if mentioned above) to the Port of Discharge (or the Place of Delivery, if mentioned above), such carriage being always subject to the same rights, defenses, provisions, conditions, exceptions, limitations, and liabilities hereof (INCLUDING ALL THOSE TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE HEREOF NUMBERED 1-26) AND THOSE TERMS AND CONDITIONS CONTAINED IN THE CARRIERS' APPLICABLE TARIFFS and the Merchant's attention is drawn in particular to the Carrier's liabilities in respect of the Goods (see clause 18) and the carrying vessel (see clause 19). Where the bill of lading is non-negotiable the Carrier may give delivery of the Goods to the named consignee upon reasonable proof of identity and without requiring surrender of an original bill of lading. Where the bill of lading is negotiable, the Merchant is obliged to surrender one original, duly endorsed, in exchange for the Goods. The Carrier accepts a duty of reasonable care to check that any such document which the Merchant surrenders as a bill of lading is genuine and original. If the Carrier complies with this duty, it will be entitled to deliver the Goods against what it reasonably believes to be a genuine and original bill of lading, such delivery discharging the Carrier's delivery obligations. In accepting this bill of lading, any local customs or privileges to the contrary notwithstanding, the Merchant agrees to be bound by all Terms and Conditions stated herein whether written, printed, stamped or incorporated on the back or reverse side hereof, as fully as if they were all signed by the Merchant. IN WITNESS WHEREOF the number of original Bills of Lading stated on this side have been signed and wherever one original bill of Lading has been surrendered any others shall be void.			
Number & Sequence of Original B(s)/L. 2/THREE	Date of Issue of B/L. 2020-10-15				
Declared Value (see clause 7.3)	Shipped on Board Date (Local Time) 2020-10-12				

Signed for Carrier Sealand Europe A/S



This transport document has one or more numbered pages

2019-NV-EU3

000573282

NAME OF AGENT AT DESTINATION

MSKU5637131 20 DRY 8'6 20 bags 22047.000 KGS 33.2000 CBM
 Shipper Seal : DZ00002259
 MSKU5672873 20 DRY 8'6 20 bags 22047.000 KGS 33.2000 CBM
 Shipper Seal : DZ00002258
 SUDU1990890 20 DRY 8'6 20 bags 22047.000 KGS 33.2000 CBM
 Shipper Seal : DZ00002265
 TRLU9143205 20 DRY 8'6 20 bags 22047.000 KGS 33.2000 CBM
 Shipper Seal : DZ00002266
 FREIGHT PREPAID

SHIPPER'S LOAD, STOW, WEIGHT AND COUNT

AGENT AT DESTINATION:
 SEAGO LINE ITALY
 VIA MAGAZZINI DEL COTONE, 17
 16128 GENOVA
 TEL : 39 01042190
 FAX: 39 0104219059

CY/CY

Freight & Charges	Rate	Unit	Currency	Prepaid	Collect
					
					



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire - Democratic and Popular Republic of Algeria
الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة



N° : 299/20 رقم
Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie- Algerian Chamber of Commerce and Industry

شهادة منشأ

Date : 13/10/2020.

Certificat d'origine / Certificate of origin

1. Expéditeur (nom, adresse, pays) / Consignor / المرسل CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA	2. Producteur (nom, adresse, pays) / Producer / المنتج CEVITAL SPA NOUVEAU QUAI PORT DE BEJAIA	
3. Destinataire (nom, adresse, pays) / consignee / المرسل إليه CSAPO VIA E. SCROVEGNI, 1 35131 PADOVA (PD) - ITALY MR.LEONARDO BONSEMBIANTE	4. Pays d'origine/ Country of origin / بلد المنشأ BEJAIA / ALGERIA	
5. Détails de transport / Transport details/ تفاصيل الشحن EXPEDITION BY SEA	6. Remarques/ Remarks / ملاحظات	
7. وصف السلع ; العلامة التجارية، عدد ونوع وأرقام الطرود. N° d'ordre ; marques, numéros, nombre et nature des colis ; désignation des marchandises Item number; marks, numbers, numbers and kinds of packages; description of goods 88 MT of White Refined Sugar NUMBER OF CONTAINERS: 04 22M/T Per Container Gross weight: 88.188 M/T Net weight: 88.000 M/T Number of big bags: 80	8. الوزن أو الكمية Poids brut ou quantité weight or quantity 88 188.00 Kg	9. رقم و تاريخ الفاتورة. N° et date de la facture/ Invoice's number and date SCWS19135/21

10. تصديق الغرفة الجزائرية للتجارة و الصناعة
Certificat de la Chambre Algérienne de Commerce et
d'Industrie / Certificate of the Algerian Chamber of
Commerce & Industry

11. Déclaration de l'exportateur / Exporter declaration / تصريح المصدّر
/ Le soussigné déclare que/ The undersigned declare that: بصرح الموقع أننا مان:ن

التفاصيل والمعلومات الواردة اعلاه صحيحة، أن كل السلع أنتجت في:
les mentions et indications ci-dessus sont exactes, que toutes ces marchandises
ont été produites en/ the particulars and information above is accurate, that all
these goods were produced in:

ALGERIA

(Pays/country / البلد)

موجهة للتصدير نحو

Et destinées à être exportées vers/ And intended to be exported to

ITALY

(Pays/country / البلد)

المكان والتاريخ، توقيع المصدّر

Lieu et date, signature du signataire habilité/ Place and date, signature of
authorized signatory

BEJAIA LE : 06/10/2020

Siham AIDOU

Chargé Documentation



المصدّر
سيهام أيدود

13 OCT. 2020

Date et signature/ Date & signature / التاريخ و التوقيع



Remerciement

Dédicaces

Liste des tableaux

Liste des figures

Introduction générale.....	4
CHAPITRE I : Un bref tour d’horizon du commerce extérieur algérien.....	4
Introduction.....	4
Section 1 : Les politiques commerciale de l’Algérie	5
1.1. Avant l’indépendance (1962)	5
1.2. Après l’indépendance	6
1.2.1. Le monopole de l’Etat sur le commerce extérieur	7
1.2.1.1. Phase de contrôle (1963-1978)	7
1.2.2. La libéralisation du commerce extérieur : <i>Période libérale (1990 - à nos jours)</i>	10
1.2.3. Le résultat de la libéralisation du commerce extérieur	15
Section 2 : Les accords commerciaux de l’Algérie	19
2.1. L’Accord d’Association avec l’UE	19
2.1.1. La Zone de libre-échange	21
2.1.2. Harmonisation du cadre de réglementation	22
2.2. L’intégration régionale de l’Algérie au sein de l’Union du Maghreb Arabe	22
2.3. La Grande Zone Arabe de Libre Echange (GZALE)	24
2.3.1. Situation Actuelle De Cette Zone.	25
2.4. Le Système Généralise des Préférences commerciales (SGP) avec les USA	26
2.5. La probable adhésion de l’Algérie a l’OMC	26
Section 3 : Etat des lieux du commerce extérieur algérien	28
3.1. Tendance générale	28
3.2. Structure des échanges extérieurs	29
3.2.1. A l’importation	29
3.2.2. A l’exportation.....	30
3.3. Les principaux partenaires commerciaux	32
3.3.1. Les principaux fournisseurs.....	32
3.4. Echanges commerciaux par zone géographique.....	35
3.4.1. Les pays de l’Europe.....	36

3.4.2. Les pays de l'Asie.....	37
3.4.3. Les autres régions	37
Conclusion du chapitre.....	38

CHAPITRE II : Politique publique le développement des exportations hors hydrocarbures39

Introduction.....	39
-------------------	----

Section 01 : Les mesures incitatives à l'exportation hors hydrocarbures en Algérie.....39

1.1. Les incitations fiscales	39
1.1.1. Exonération en matière d'impôts directs :	39
1.1.2. Exonération en matière de taxes sur le chiffre d'affaires.....	40
1.2. Le contrôle de change	40
1.2.1. Rétrocession des recettes d'exportation	41
1.2.2. Exportation de produits sous le régime de la consignation.....	41
1.3. Régimes douaniers suspensifs à l'exportation	41
1.3.1. L'entrepôt des douanes	41
1.3.2. Admission temporaire	42
1.3.3. Réapprovisionnement en franchise.....	42
1.3.4. Exportation temporaire	42
1.3.5. Transit	42
1.4. Facilitations portuaires.....	42
1.5. Le contrôle phytosanitaire.....	43
1.6. Le contrôle sanitaire.....	43
1.7. Le code à barres GS1	44
1.8. Exportation dans le cadre d'échanges de produits.....	44
1.9. Les mesures d'infrastructures et de transport.....	44

Section 2 : Les dispositifs d'aide à la promotion des exportations hors-hydrocarbures mis en place par les pouvoirs publics algériens45

2.1. L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX).....	45
2.1.1. Présentation de l'ALGEX	45
2.1.2. Missions de l'ALGEX :	46
2.2. Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE)	47
2.2.1. Présentation du (FSPE).....	47
2.2.2 Missions du (FSPE)	47

2.2.3. Participation aux manifestations économiques à l'étranger	48
2.2.4 Pour le transport, transit et manutention des marchandises destinées à l'exportation.....	48
2.3. La Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations (CAGEX)	49
2.3.1. Présentation de la CAGEX.....	49
2.3.2. Missions de la CAGEX.....	49
2.4. Le couloir vert	50
2.5. Le programme OPTIMEXPORT	50
2.6. La Société Algérienne des Foires et Expositions (SAFEX)	52
2.7. La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI)	53
2.7.1. Présentation de la CACI.....	53
2.7.2. Les missions de la CACI.....	54
2.8. Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL)	55
2.8.1. Présentation de l'ANEXAL.....	55
2.8.2. Objectifs de l'ANEXAL	55
2.8.3. Les missions du bureau exécutif de l'ANEXAL	55
2.8.4. Les partenariats de l'ANEXAL	56
2.8.4.1. Au plan national avec.....	56
2.8.4.2. Au plan international avec :.....	56
2.9. Le Centre Algérien du Contrôle de la Quantité et de l'Emballage (CACQE)	57
2.9.1. Présentation de CACQE.....	57
2.9.2. Missions et activités du CACQE	57
2.9.3. Les objectifs du CACQE.....	57
1.10. Le Fonds National de Régulation et Développement Agricole (FNRDA)	58
Section 03 : Les contraintes et les perspectives au développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie.....	58
3.1. Les contraintes à l'exportation hors hydrocarbures en algérie.....	58
3.1.1. Les contraintes d'ordre macroéconomique.....	59
3.1.1.1. Lourdeurs administratives.....	59
3.1.1.2. Les contraintes liées aux services portuaires et au transport.....	59
3.1.1.3. Contraintes rencontrées lors de la prospection	60
3.1.1.4. Coûts de transactions et de logistique élevés	60
3.1.1.5. Le système financier et bancaire.....	61

3.1.1.6. Administration des douanes	62
3.1.1.7. Un handicap tenant à la taille des PME algériennes	62
3.1.2. Les contraintes d'ordre microéconomiques	62
3.2. Les perspectives au développement des exportations hors hydrocarbures en algérie.....	64
Conclusion du chapitre.....	67
CHAPITRE III : Analyse des exportations du sucre blanc au sein du groupe CEVITAL.....	69
Introduction	69
Section 1 : Présentation du groupe CEVITAL.....	69
1.1. Historique.....	69
1.1.1. Historique du lancement des produits.....	70
1.2. Localisation du groupe CEVITAL	70
1.2.1. A Béjaia.....	70
1.2.2. A El Kseur	71
1.2.3. A Tizi Ouzou	71
1.2.3.1. Huiles Végétales	71
1.2.3.2. Margarinerie et graisses végétales	71
1.2.3.3. Sucre Blanc.....	72
1.2.3.4. Sucre Liquide.....	72
1.2.3.5. Silos Portuaires	72
1.2.3.6. Boissons	72
1.3. Les clients de CEVITAL.....	73
1.4. L'organisation générale des composantes et les missions des directions	73
1.5. Activité et objectifs de CEVITAL.....	74
1.5.1. Activités de CEVITAL	75
1.5.2. Objectifs de CEVITAL	75
1.6. Les différentes directions de CEVITAL	75
1.6.1 La direction générale.....	75
1.6.2. La direction Marketing.....	76
1.6.3. La direction des ventes et commerciale	76
1.6.4. La direction système d'informations	76
1.6.5. La direction des finances et comptabilité.....	76
1.6.6. La direction industrielle	76

1.6.7. La direction des ressources humaines	76
1.6.8. La direction approvisionnement	77
1.6.9. La direction logistique	77
1.6.10. La direction des Silos	77
1.6.11. La direction des boissons	77
1.6.12. La direction corps gras	78
1.6.13. La direction pole sucre	78
1.6.14. La direction QHSE.....	78
1.6.15. La direction énergie et utilités	78
1.6.16. La direction maintenance et travaux neufs.....	78
Section 2 : Le processus d'exportation de l'entreprise CEVITE	79
2.1. Les étapes de processus d'exportation.....	79
2.1.1. Présentation de la démarche d'exportation de CEVITAL	79
2.1.2. La logistique au sein de CEVITAL et ses atouts à l'exportation	80
2.1.2.1. La diversification de la production	80
2.1.2.2. Nolis	80
2.1.2.3. Les plateformes logistiques à l'étranger	81
2.1.2.4. Plan d'exportation de CEVITAL	81
2.1.2.5. Le contrat de ventre à l'international	81
2.1.3. Les opérations effectuées pendant la démarche d'exportation.....	82
2.1.3.1. La réception de la demande	82
2.1.3.2. Planification export	82
2.1.3.3. La préparation de la production	83
2.1.3.4. Suivi qualité	83
2.1.3.5. Préparation de l'expédition	83
2.1.3.6. Rapatriement des fonds	83
2.2. Opération d'exportation du sucre blanc	84
Section 3 : Analyse des résultats des exportations du sucre blanc du groupe Cevital	86
3.1. Evolution des exportations de CEVITAL entre 2010 et 2020	86
3.2. Les principaux partenaires de CEVITAL	87
3.3. Le mode de transport	88
3.4. Type de contrat utilisé	89
Conclusion du chapitre	93
Conclusion générale.....	94

Résumé

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

La situation économique de l'Algérie reste préoccupante et se caractérise par une grande vulnérabilité, due en grande partie à sa concentration sur une seule source de prospérité. En conséquence, l'État a lancé un vaste programme de réforme. Depuis les réformes d'ajustement structurel, l'Algérie est entrée dans une nouvelle phase de libéralisation économique, touchant tous les domaines, y compris le commerce extérieur. En témoignent les nombreux accords signés par l'Algérie et la mise en place de politiques de promotion des exportations hors hydrocarbures.

Abstract

Exports represent an opportunity for the development of exporting companies. Thus, for the economy of a country, for several reasons: they supply the country with resources and currency, create jobs, they make it possible to increase the turnover for companies by acquiring new shares of market, etc.

Algeria's economic situation remains worrying and is characterized by great vulnerability, largely due to its concentration on a single source of prosperity. As a result, the state launched an extensive reform program. Since the structural adjustment reforms, Algeria has entered a new phase of economic liberalization, affecting all areas, including foreign trade. Witness the many agreements signed by Algeria and the establishment of policies to promote non-hydrocarbon exports.