

**« Les facteurs déterminants des petites et moyennes entreprises exportatrices en Algérie : le cas de PME de la wilaya d'Oran »**

**Mr. AMROUN Seddik**

Maître de Conférences « A », Université d'Oran2, MOHAMED BEN AHMED

**Melle. RAHMANI Amina**, Doctorante, Université d'Oran2, MOHAMED BEN AHMED

**Résumé :**

L'objectif du présent article est d'identifier empiriquement les facteurs qui influencent le plus la décision d'exporter des PME. Après avoir passé en revue les principales motivations qui poussent la PME à exporter dans un premier temps, une étude a été menée sur un échantillon des PME de la wilaya d'Oran. Les résultats qui ressortent de cette étude, nous permettent de conclure que les facteurs qui semblent mieux expliquer les exportations des PME oranaises, sont : la demande étrangère renforcé par les caractéristiques du propriétaire-dirigeant, le secteur d'activité, les réseaux de l'entreprise, l'accompagnement des autorités, l'importance de l'innovation, les ressources et les compétences et enfin les TIC.

**Mots clés :**

PME – Exportation - Propriétaire-dirigeant - Caractéristiques des PME - Environnement Externe - Oran.

**Abstract:**

Our paper aims to identify empirically the factors that most influence the export's decision of SMEs. In the first reviewed the literature on free trade theories that are related of the core of our research, a study was conducted on a sample of SMEs from the region of Oran. We find that the factors which seem important to explain the export's decision of SMEs are: the foreign demand reinforced by the characteristics of the owner-manager, field activity, the company's networks, accompanying authorities, innovation, resources and skills and finally Information and communication technologies (ICT).

**Keywords:**

SMEs – export - owner-manager - characteristics of SMEs - external environment - Oran.

## الملخص:

من خلال دراستنا الميدانية، يهدف هذا المقال إلى تحديد مختلف العناصر المؤثرة في قرار التصدير الخاص بالمؤسسات المتوسطة والصغيرة. بحيث بعد الاطلاع على الدوافع الرئيسية لقرار التصدير الخاص بهذه المؤسسات أجرينا دراسة على عينة من هذه المؤسسات المتواجدة بولاية وهران. النتائج المتحصل عليها تسمح لنا بتحديد العناصر المأثرة في قرار التصدير كآلاتي: الطلب الخارجي، قطاع الأعمال، شبكات المؤسسة و علاقاتها، مرافقة السلطات، الموارد و الكفاءات و أخيرا تكنولوجيات المعلومات و الاتصالات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، تصدير مالك المؤسسة، خصوصيات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، الخارجي وهران.

**الكلمات المفتاحية:** المؤسسات المتوسطة والصغيرة – التصدير – خصوصيات المؤسسات المتوسطة والصغيرة – المحيط الخارجي – وهران.

## Introduction :

Dans le monde entier, on s'accorde sur le fait que « *l'une des conditions de réussite de l'industrialisation d'un pays semble être l'érection d'un tissu économique composé, entre autres, de petites et moyennes entreprises.* [PME] »<sup>5</sup> Elles sont des entreprises dont la taille, définie à partir du nombre de salariés, du bilan et du chiffre d'affaires, ne dépasse pas certains seuils qui sont différents d'un pays à un autre. Parallèlement, les pays dont les PME sont activement impliquées dans les échanges internationaux bénéficient d'une forte position concurrentielle en raison de l'impact reconnu des stratégies d'internationalisation sur la croissance économique, le développement de la production et la création d'emploi.

Dans un contexte de mondialisation de l'économie et l'exacerbation de la concurrence, certaines de ces entreprises mettent en place de véritables stratégies d'internationalisation, ces entités ne se lance pas dans l'aventure de l'internationalisation de la même manière, pour certaines auteurs, l'exportation constitue la forme essentielle de l'implication des PME à l'étranger. L'essor des exportations réalisées par les PME s'est accompagné de plusieurs recherches pour expliquer, en s'appuyant sur des approches et des cadres d'analyse très divers, les comportements des PME face au processus d'exportation. C'est un processus qui peut dépendre d'une multitude de facteurs aussi bien internes qu'externes. Il reste toutefois difficile d'identifier les facteurs les plus appropriées qui affectent la décision d'exportation chez les PME.

---

<sup>5</sup> SYLLA K, « *Les déterminants de la stagnation des micro et petites entreprises béninoises* », revue africaine de gestion, N°4 Avril 2013.

L'objectif de cet article consiste à discerner les principaux déterminants qui mènent les PME à s'engager dans une stratégie de développement international par le biais de l'exportation.

En d'autres termes, notre contribution tente de répondre à la question suivante : **quelles sont les facteurs qui poussent les petites et moyennes entreprises algériennes à exporter ?**

Pour notre propos, nous structurerons le travail en quatre parties. En premier lieu, nous ferons une revue de principales théories fournies pour appréhender l'internationalisation des entreprises en général et les PME en particulier et ce dans le but de faire sortir les facteurs qui déterminent les exportations des PME. En second lieu nous avons donné un état de lieux sur les PME en Algérie. En troisième lieu, nous décrirons la méthodologie utilisée dans la recherche. Et enfin la quatrième partie sera réservée à l'analyse des résultats auxquels nous sommes parvenus. Pour ce faire, 50 questionnaires ont été remis à des PME oranaises, de ce groupe, 30 réponses ont été retenues et analysées.

## **1. Les théories d'internationalisation et les déterminants des exportations :**

### **1.1. Les théories de base :**

L'analyse de la littérature sur les théories de l'internationalisation spécifiques aux PME nous permet d'identifier trois grandes approches : l'approche économique, l'approche par étapes et enfin l'approche par les connaissances et les réseaux.

#### **1.1.1. L'approche économique :**

Pour expliquer le développement international des entreprises, l'approche économique a fourni plusieurs modèles explicatifs dont les contributions se réfèrent à celles en sciences économiques. Parmi ces modèles trois principaux courants théoriques expliquent le processus d'internationalisation des PME : la théorie de cycle de vie de produit (Vernon 1966), le courant des coûts de transaction (Williamson 1975) et enfin le paradigme éclectique OLI développé par Dunning (1988).

↳ Raymond Vernon essaie d'expliquer l'émergence du commerce et l'investissement international en utilisant directement le concept de cycle de vie du produit et de l'écart technologique entre les pays. Selon Vernon la vie d'un produit est rythmée par un cycle constitué de quatre étapes successives : lancement, croissance, maturité et déclin. A ces quatre phases biologiques correspondent quatre stades d'internationalisation de la firme : la production

nationale, l'exportation du produit puis la fabrication à l'étranger et enfin la réexportation vers le marché de la maison mère à partir de pays tiers.<sup>6</sup>

↳ La théorie des coûts de transactions où l'internationalisation, en particulier ses modes d'entrée, est vue comme le résultat d'un choix fait par l'entreprise entre l'internalisation et l'externalisation des activités. Cette théorie qui constitue un prolongement de la théorie de l'internalisation a été développée par Williamson.

↳ La théorie éclectique, développée par John Harry Dunning en 1988, met l'accent sur trois types d'avantages pour expliquer l'internationalisation OLI<sup>7</sup> :

- Des avantages spécifiques d'une entreprise : O (Ownership advantage)
- Des avantages spécifiques de localisation : L (Localisation advantage)
- Des avantages de l'internalisation : I (Internalisation advantage)

### **1.1.2. L'approche par étapes :**

L'approche par étapes ou comportementale de l'entreprise, appelée aussi l'approche behavioriste, regroupe les travaux qui envisagent l'internationalisation comme un processus linéaire et séquentiel composé d'un ensemble d'étapes appelées « *chaîne d'établissement* » par lesquelles passe l'entreprise. Les travaux fondés sur cette approche peuvent être regroupés en deux modèles : le modèle d'Uppsala (U-modèle) et le modèle Innovation (I-modèle).<sup>8</sup>

↳ Le modèle Uppsala (U-model) a été développé au début des années 1970 (Jan Johanson et Wiedersheim-Paul, 1975). Le modèle initial met l'accent sur l'expérience acquise peu à peu sur les marchés étrangers et qui

---

<sup>6</sup> AMELON J-L et CARDEBAT J-M, « *Les nouveaux défis de l'internationalisation : Quel développement international pour les entreprises après la crise ?* », De Boeck, 2010, P138.

<sup>7</sup> OLI, du nom de ses trois divisions : les avantages spécifiques d'une entreprise (O : « Ownership »), les avantages spécifiques des pays (L : « Location ») et les avantages de l'internalisation (I : « Internalization advantage »).

<sup>8</sup> Laghzaoui S, « *Internationalisation des PME : Pour une relecture en termes de ressources et compétences* », 8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse.

constituerait la clé de l'internationalisation. L'internationalisation se présente comme le produit d'une série de décisions incrémentales. L'entreprise, en intégrant des marchés étrangers, tire des connaissances de cette expérience et peut ainsi nourrir son processus de décision et accroître son engagement extérieur.<sup>9</sup> Les auteurs constatent que les entreprises suivent un processus séquentiel scindé en quatre étapes :

- activités d'exportations irrégulières et opportunistes ;
- exportation via un agent indépendant ;
- implantation d'une succursale/filiale de vente ;
- production dans le pays étranger.

↳ Le caractère incrémental du processus se retrouve dans le second modèle de l'approche étagée, le modèle d'Innovation (I-modèle) suggère l'internationalisation comme un processus dont les étapes peuvent être rapprochées à celles d'adoption d'un produit nouveau. En effet, un certain nombre d'auteurs ont retenu cette vision pour décrire l'internationalisation des PME. Les modèles les plus connus sont ceux de Warren J. Bilkey et George Tesar (1977), S. Tamer Cavusgil (1980), Michal R. Cinkota (1982), Stan D. Reid (1981) et Constantine S. Katsikeas et Leonidas C. Leonidou (1996). Tous ces modèles considèrent que chaque étape à franchir constitue une innovation pour l'entreprise, les seules différences se situant dans le choix des étapes, leur nombre et dans le mécanisme initiateur de l'internationalisation des PME.<sup>10</sup>

### **1.1.3. L'approche par les connaissances et les réseaux :**

La théorie des connaissances et des réseaux est un troisième paradigme théorique de l'internationalisation. Les travaux fondés sur cette approche peuvent être regroupés en trois modèles : l'approche par les réseaux, l'approche par les ressources et les compétences et l'approche « Born Global ».

↳ Appliquée au processus d'internationalisation, l'approche par les réseaux trouve ses fondements dans la prolongation des travaux de l'école d'Uppsala. Dans leur article paru dans *Journal of International Business Studies* en 2009, Jan Johanson et Jan-Erik Vahlne ont amendé le modèle Uppsala initial et développé une nouvelle version basée sur l'importance de la place du « réseau d'affaires » dans le processus d'internationalisation. L'appartenance à un tel réseau offre à l'entreprise des informations, des opportunités, des relations de confiance et des partenaires sur lesquels elle va

---

<sup>9</sup> AMELON J-L et CARDEBAT J-M, Op.cit, P 143.

<sup>10</sup> LEVRATTO N, « *Les PME: Définition, rôle économique et politiques publiques* », De Boeck, 2009, P 119.

s'appuyer dans son processus d'internationalisation. Cette nouvelle version se présente toujours sous la forme de quatre séquences qui s'enchaînent graduellement :

- Position dans un réseau ;
- Connaissances et opportunités du réseau ;
- Décisions d'engagement dans les relations de réseau ;
- Résultats au niveau de l'apprentissage et de la confiance.

↳ L'approche fondée sur les « ressources et compétences » a été popularisée au départ en tant que théorie de l'avantage concurrentiel par Edith Penrose (1959), elle a rapidement étendu son champ de compétences à la question des frontières de la firme et a donné lieu à de nombreuses recherches théoriques et empiriques : l'approche Resource-Based View (Wernerfelt, 1984 ; Barney, 1986, 1991), la théorie des compétences fondamentales (Harmel et Prahalad, 1990), la théorie des capacités dynamiques (Teece et al, 1997) et l'école évolutionniste (Nelson et Winter, 1982). Cette théorie postule que l'entreprise est une combinaison de ressources hétérogènes, imparfaites et mobiles. La différence entre la performance des entreprises est due à cette hétérogénéité. Si la possession de ressources est une condition nécessaire, elle n'est pas en aucun cas une condition suffisante, l'enjeu étant de savoir les mettre en œuvre. Ainsi, combiner des ressources de façon efficiente dans des processus exige de compétences, ces dernières « *forment les pratiques, les savoir-faire et les processus organisationnels qui assurent le fonctionnement de l'entreprise et, plus encore, permettent à celle-ci de valoriser les ressources dont elle dispose.* »<sup>11</sup>

↳ La manière de s'internationaliser retracée par l'approche étagée n'est pas la seule envisageable. Les PME qui n'ont pas attendu d'acquiescer de l'expérience dans le marché local pour se lancer dans l'arène internationale existent depuis très long temps, généralement à partir du milieu des années 1980. De ce fait, le phénomène de précocité et rapidité d'internationalisation des PME remet en cause la description du processus d'internationalisation du modèle étagée. Pour ces entreprises, le processus d'internationalisation est rapide et ne suit pas la dynamique incrémentale postulée par le modèle étagée.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> JANSSEN F, « *Entreprendre: Une introduction à l'entrepreneuriat* », De Boeck Supérieur, 2009, P 208.

<sup>12</sup> ABDELLATIF M et JEAN-AMANS C, « *Le choix des modes d'entrée capitalistiques des PME sur les marchés étrangers : exploration de déterminants potentiels* », 15ème Congrès de l'Association Internationale de Management Stratégique, Nantes, 7-8-9 juin 2011.

## **1.2. Les facteurs qui affectent la décision d'exportation chez les PME :**

L'articulation de principales théories et des études empiriques sur l'internationalisation des PME nous permet de baser notre liste des facteurs sur trois grandes catégories de facteurs : des facteurs liés aux spécificités internes de la PME, des facteurs liés à l'entrepreneur et enfin des facteurs liés à l'environnement externe de la PME.

### **1.2.1. Les facteurs liés à l'entreprise :**

Comme toute autre entreprise, la PME peut être influencée par des caractéristiques qui lui sont propres et qui affectent positivement sa propension à exporter.

↳ **La taille de l'entreprise :** Il y avait un consensus assez ancien dans la littérature établissant un lien positif entre la taille de l'entreprise et sa propension à exporter ; plus l'entreprise a une taille importante et plus la probabilité qu'elle exporte est élevée.

*« Néanmoins, [J-L Calof], a trouvé que la petite taille n'entrave pas l'exportation de la PME mais limite le nombre de marchés qu'elle peut pénétrer. »*<sup>13</sup>

↳ **Le secteur d'activité :** Les conditions des échanges commerciaux sont considérées comme étant l'un des principaux problèmes à l'exportation. Considérant que ces conditions d'échanges diffèrent d'un secteur à l'autre, le secteur d'activité de l'entreprise a donc un impact sur sa décision d'exporter ou pas. Certaines recherches sur l'internationalisation ont confirmé que l'industrie est un secteur beaucoup plus exportateur que les services.

↳ **Les ressources et les compétences :** L'internationalisation est une orientation qui demande des ressources et des compétences supplémentaires par rapport à la poursuite d'une stratégie strictement nationale. Ces ressources et compétences sont multiples et complexes. Elles concernent tous les niveaux de l'entreprise.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> ALLALI B, « *Vision des dirigeants et internationalisation des PME marocaines et canadiennes du secteur agroalimentaire* », Thèse de doctorat soutenue à HEC Montréal, Mars 2003, P 26.

<sup>14</sup> PANTIN F, « *le rôle des compétences de l'équipe dirigeante au sein du processus d'internationalisation : étude d'une moyenne entreprise française* », 7ème congrès francophone en entrepreneuriat et PME, Montpellier, octobre 2004. Disponible sur : <http://web.hec.ca/airepme/images/File/2004/065.pdf>

↳ **Le niveau de la technologie** : La maîtrise des TIC ou des systèmes de production fortement automatisés constituent un avantage technologique qui permet aux entreprises, notamment les plus petites, de compenser un déficit de ressources humaines qui pourrait réduire leur flexibilité et nuire à leurs capacités de fournir une réponse rapide aux besoins des clients. De même, ces technologies facilitent le processus d'innovation, rendent la collecte d'informations plus facile, plus rapide, moins onéreuse et améliorent ainsi le processus de veille de l'entreprise.

↳ **L'importance de l'innovation** : La plupart des recherches menées sur l'internationalisation des PME font de l'innovation un puissant moteur de compétitivité qui pousse les PME à l'exportation. D'ailleurs, « *les PME exportatrices apparaissent plus innovantes que les autres, commercialisent principalement des produits de moyenne et de haute technologie, disposent de savoir faire précis, très orientés vers les besoins de leurs clients, et ont à leur emploi une équipe fortement ancrée sur le terrain.* »<sup>15</sup>

↳ **Les réseaux de l'entreprise** : Comme nous l'avons souligné plus haut, l'appartenance à un réseau offre à la PME des informations, des opportunités, des relations de confiance qui peuvent mener les PME à décider d'exporter. On distingue habituellement deux types de réseaux : les réseaux interpersonnels (réseaux des propriétaire-dirigeants) et les réseaux interorganisationnels.<sup>16</sup>

↳ **Production excédentaire** : L'exportation peut être abordée dans un premier temps comme un moyen d'écouler les stocks de produits conçus pour le marché national et que celui-ci ne peut absorber.

### **1.2.2. Les facteurs liés au dirigeant :**

Le mode de gestion de la PME est fortement centralisé en la personne du dirigeant-propriétaire qui occupe une position centrale prépondérante et constitue l'un des principaux facteurs internes à prendre en considération.

↳ **Age du dirigeant** : Selon l'étude de Leonidou L-C et Katsikeas C-S dans les années 1998, citée par Yan Castonguay, l'âge du dirigeant a un

---

<sup>15</sup> ST-PIERRE J et al, « *Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME : une étude exploratoire* », 8ème Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, 25, 26, 27 octobre 2006, disponible sur : [http://www.airepme.org/images/File/2006/056\\_LeroledesTIC.pdf](http://www.airepme.org/images/File/2006/056_LeroledesTIC.pdf)

<sup>16</sup> Buigues P-A et Lacoste D, « *Stratégies d'internationalisation des entreprises : Menaces et opportunités* », De Boeck, 2011, P 289.

rapport significatif avec le fait que certaines PME exportent ou n'exportent pas. Cette relation indique que de plus jeunes dirigeants tendent à être plus ouverts à l'internationalisation que les dirigeants plus âgés.

↳ **Niveau de scolarité** : Selon la même étude un haut niveau de scolarité est essentiel pour les dirigeants désirant du succès dans les exportations de leur entreprise. Ces auteurs soutiennent que des dirigeants plus instruits sont plus ouverts aux affaires internationales.

↳ **Compétence en management international** : Les compétences en management international peuvent avoir été acquises au cours de la formation initiale du dirigeant et par l'intermédiaire de son expérience professionnelle des affaires internationales, ses voyages et le temps passé à l'étranger. Ces compétences permettent une meilleure connaissance des pratiques, des règles, des langues et cultures étrangères. Elles peuvent déboucher sur une plus forte implication à l'international et affectent significativement la décision d'exporter des entreprises de petite taille.<sup>17</sup>

↳ **Perception des opportunités et des menaces** : Le marché international recèle des opportunités mais également des risques pour les entreprises en général et les PME en particulier. A ce point de vue, un dirigeant qui ose prendre des risques, qui répond activement aux changements de l'environnement et qui prenne des initiatives avant ses concurrents est un atout de premier ordre.<sup>18</sup>

### 1.2.3. Les facteurs environnementaux :

Les facteurs liés à l'environnement externe de la PME sont souvent de nature incontrôlable. Parmi ces facteurs citons en particulier :

↳ **L'étroitesse du marché national** : L'étroitesse du marché local couplée aux contraintes imposées par l'accélération de la mondialisation, constituent souvent les principaux facteurs contraignants poussant les entreprises, en particulier les PME à appréhender les marchés internationaux. En effet, l'exportation s'impose comme un moyen pour la PME d'augmenter ses parts de marché lorsque le marché domestique est restreint ou saturé. Il faut souligner que, dans les pays en voie de développement, le marché domestique reste souvent insuffisant pour encourager des PME à l'exportation.

↳ **Accompagnement des autorités** : Les gouvernements qui ont le souhait de développer leurs échanges commerciaux doivent miser avant tout

---

<sup>17</sup> Idem, P 288.

<sup>18</sup> BUIGUES P-A. et LACOSTE D., Op.cit, P 288.

sur le plus grand engagement des entreprises pour relever le défi de l'exportation. Il est tout de même important pour les gouvernements de promouvoir le soutien à l'exportation, afin de stimuler davantage les exportations par rapport aux importations. A cet effet, les gouvernements mettent en place des actions incitatives.<sup>19</sup>

↳ **La demande étrangère :** A l'occasion d'une manifestation commerciale, à la suite d'une demande d'information par courrier, d'une rencontre entre les représentants d'entreprises notamment dans le cadre de participation aux foires et salons internationaux, la PME peut découvrir qu'il existe une demande à l'étranger pour ses produits.

↳ **La proximité psychique :** Les PME semblent préférer les marchés étrangers présentant une faible distance psychique, dont les caractéristiques sont identiques ou proches de celles de son marché local. La distance psychique entre le pays d'origine et le pays d'accueil est définie comme l'ensemble des différences culturelles et linguistiques ayant une influence sur la circulation de l'information et la prise de décision dans les transactions internationales.

## **2. Etat des lieux sur les PME en Algérie :**

### **2.1. Définition de la PME dans un contexte algérien :**

Avant l'adoption de la loi d'orientation sur la promotion de la PME en décembre 2001, il n'existait pas une définition officielle de ce type d'entreprise.<sup>20</sup> Ce n'est qu'en 2001, que l'Algérie a appliqué la définition de la PME retenue par l'Union Européenne dans la Charte de Bologne sur les PME.

*« La PME est définie, quel que soit son statut juridique, comme étant une entreprise de production de biens et /ou de services employant de 1 à 250 personnes, dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de dinars ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 500 millions de dinars et qui respecte les critères d'indépendance. »<sup>21</sup>*

### **2.2. L'évolution de la population des PME en Algérie :**

---

<sup>19</sup> CROUE C, « *Marketing international* », 4ème édition, De Boeck, 2003, P 136.

<sup>20</sup> BOUYACOUB A, « *Les PME en Algérie : dynamisme et limites institutionnelles* », in « *De la gouvernance des pme-pmi : regards croisés France-Algérie* », L'Harmattan, 2006, P 115.

<sup>21</sup> L'article 04 de la loi N°01-18 du 12 décembre 2001, portant loi d'orientation sur la promotion de la PME.

L'essor des PME est relativement récent en Algérie. La majorité des PME ont été créées au cours de la période 1995-2000. A partir de l'année 2000, le poids des PME dans le tissu national a fortement augmenté par l'émergence du secteur privé, le nombre des PME privées a connu une évolution positive d'une année à une autre. A fin du 1<sup>er</sup> semestre 2013 le nombre des PME privées a connu une évolution remarquable, et a enregistré le nombre de 747 387 entreprises, alors qu'au début de 2003 elles étaient à 287799 entreprises. Contrairement au nombre des PME publiques qui a enregistré une diminution de 241 entreprises, leur nombre passe de 788 en 2003 à 547 PME au 1<sup>er</sup> semestre 2013 (-30,60%).<sup>22</sup>

### **2.3. Population des PME :**

Le secteur privé est devenu aujourd'hui prédominant au sein de l'économie algérienne dans la plupart des secteurs, suite au désengagement de l'Etat et la fin de son monopole. Ainsi à la fin du 1<sup>er</sup> semestre 2013, les PME privées et l'artisanat représentaient 99,93% du total des entreprises, soit un nombre de 747 387 entités dont les personnes morales constituent près de 59,09%, le reste se divise en personnes physiques avec 18,27% et en entités exerçant dans les activités artisanales avec une part de 22,57%. Les PME publiques ne représentent qu'une partie minime de la sphère des PME algériennes, elles représentent 0,07% du total des PME.<sup>23</sup>

### **2.4. La répartition des PME privées par tranches d'effectifs :**

Les statistiques du dernier bulletin d'information de la PME (1<sup>er</sup> semestre 2013), publié par le MIPMEPI, montrent que sur 21 847 nouvelles entités, près de 97% de ces entreprises se situent sur la tranche d'effectifs 0-9 salariés. Cela indique que la Très Petite Entreprise est largement prédominante dans le tissu économique algérien.<sup>24</sup>

### **2.5. Le poids des PME dans le tissu économique algérien :**

Les PME jouent un rôle important dans tous les économies, d'une part, elles génèrent un volume important de production et d'emplois et d'autre part, elles constituent le facteur essentiel de promotion des exportations hors hydrocarbures.

---

<sup>22</sup> Les différents bulletins d'informations statistiques du Ministère de l'industrie, de la petite et moyenne entreprise et de la promotion de l'investissement (MIPMEPI).

<sup>23</sup> Bulletin d'information statistique de la PME N°23 du MIPMEPI, 1<sup>er</sup> semestre 2013.

<sup>24</sup> Idem.

↳ **La répartition sectorielle des PME :** Les statistiques du dernier bulletin d'information de la PME montrent que la répartition des PME par secteur d'activité apparaît en déséquilibre, les PME privées se concentrent principalement sur les activités de services avec 217444 entreprises soit 49,2%, suivis par le secteur du BTPH avec 147005 entreprises soit 33,26%. En troisième position, nous trouvons les industries manufacturières (agroalimentaire, bois et papier) avec 70840 entreprises soit 16,03%.

↳ **La répartition spatiale des PME :** Les données du bulletin d'information statistique de la PME N°23 du MIPMEPI, fait apparaître que l'activité économique, à la fin du 1<sup>er</sup> semestre 2013, est inégalement répartie dans les différentes régions du pays. La région de Nord est composée des 19 wilayas regroupées, à cet égard, 262 423 PME, soit 59,38% des PME du pays. Suivie par la région des Hauts-Plateaux avec 134 960 PME (30,54%), alors que la région du Sud et du Grand Sud accueille 44 581 PME (10,09% du total).

↳ **Les PME et la création d'emploi :** La tendance constatée ces dernières années dans l'évolution du taux de chômage en Algérie continue à s'inscrire globalement à la baisse, et c'est en grande partie grâce de la contribution du secteur PME à créer de l'emploi, plus particulièrement par le secteur privé et les artisans. L'effectif total des PME, à fin juin 2013, est de 1915495 emplois, dont 97,59% d'emplois créés par les PME privées inclusion faite de ses différentes composantes (employeurs, salariés et l'activité artisanale). Au même semestre les PME publiques ne créaient que 46132 emplois contribuant ainsi avec un taux de 2,41%.

↳ **Les PME exportatrices en Algérie :** En Algérie, les PME sont peu engagées sur les marchés étrangers. Le champ d'activité des PME algériennes est principalement local et national, très rarement international ; moins d'une centaine d'entre elles sont exportatrices. Le volume des exportations globales hors hydrocarbures arrive à peine à franchir le cap de deux milliards de dollars par an. Les chiffres du commerce extérieur des douanes algériennes indiquent que la contribution des PME aux exportations est dérisoire, elle ne dépasse pas 2 % du volume global des exportations de l'Algérie.<sup>25</sup>

### 3. Méthodologie :

---

<sup>25</sup> DJEMAI S, « *Les PME Exportatrices : Croissance Economique Hors Hydrocarbures* », colloque internationale, évaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014 et leurs retombées sur l'emploi, l'investissement et la croissance économique, école doctorale- université Sétif 1, les 11 et 12 mars 2013.

Afin d'atteindre nos objectifs empiriques, Nous avons effectué une étude de terrain. Cette étude est réalisée au moyen de deux questionnaires une adressée aux PME exportatrices, et l'autre adressée aux PME ayant fait une tentative d'exportation et aux PME non-exportatrices. L'inclusion du groupe des PME non-exportatrices servira dans un premier temps à comparer le profil des PME exportatrices et les PME non-exportatrices et à comprendre les raisons pour les quelles ces entreprises n'exportent pas.

Et pour effectuer le choix de notre échantillon, nous nous sommes appuyés sur le répertoire d'entreprises disponible établi par la CCIO<sup>26</sup>, le fichier des principaux exportateurs algériens fourni par la CAGEX<sup>27</sup> ainsi que l'annuaire des exportateurs algériens fourni par le CNIS<sup>28</sup> et publié sur le site de l'ALGEX<sup>29</sup>.

Notre échantillon initial était composé de 50 entreprises, dont 16 sont des entreprises avec une activité d'exportation régulière, 15 sont des entreprises ayant fait une tentative d'exportation (ce qui représente la totalité des entreprises exportatrices) et 19 sont des entreprises non exportateurs.

Considérant les critères de définition de la PME et d'autres facteurs 20 questionnaires sont dus être exclus de l'échantillon initial donc nous avons obtenu 30 questionnaires de recherche valides pour fin d'analyse, ce qui représente un taux de réponse de 60%. Ces entreprises sont distribuées selon les trois groupes essentiels à notre étude : 10 PME exportatrices, 10 PME ayant fait une tentative d'exportation et 10 PME non-exportatrices.

---

<sup>26</sup> CCIO : Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Oranie.

<sup>27</sup> CAGEX : Compagnie d'Assurance et de Garantie des Exportations.

<sup>28</sup> CNIS : Centre National des Informations et des Statistiques.

<sup>29</sup> ALGEX : Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur.

#### 4. Présentation et interprétation des résultats :

##### 4.1. Caractéristiques des PME :

**Tableau 1 : Caractéristiques des entreprises enquêtées**

Caractéristiques de l'entreprise		PME exportatrices	PME ayant fait une tentative d'exportation	PME non exportatrices
La taille	De 01 à 09	30%	40%	40%
	De 10 à 49	40%	40%	40%
	De 50 à 250	30%	20%	20%
Le secteur d'activité	Agriculture et pêche	50%	40%	30%
	Industries manufacturières	40%	50%	40%
	Commerce	10%	0%	10%
	Services	0%	10%	20%
L'ancienneté des entreprises		Plus de 10 ans	De 11 a 15 ans	De 6 a 10 ans
La compétence linguistique chez les employés		100%	90%	60%
Le niveau de la technologie		100%	90%	60%
L'importance de l'innovation		En développement	Insuffisante	Inexistante
Les réseaux de l'entreprise		70%	40%	30%

**Source :** réalisé à partir des résultats de l'enquête.

En observant les résultats présentés dans le tableau, nous pouvons constater que les PME exportatrices ont des caractéristiques différentes de celles des PME non exportatrices, les PME exportatrices exercent leur activité dans l'agriculture et la pêche et dans les industries manufacturières, ces résultats confirment ce qui était représenté précédemment d'où l'industrie et l'agroalimentaire sont des secteurs beaucoup plus exportateur que les services.

Elles sont plus âgées (elles ont plus de 10 ans d'existence), elles ont plus souvent au moins un employé qui maîtrise une langue étrangère. Les PME exportatrices ont développé des relations interorganisationnelles et interpersonnelles avec les fournisseurs, les clients, les organismes d'appui publics de même qu'avec les universités, les PME exportatrices utilisent les TIC et elles sont les plus innovantes que les autres PME.

#### 4.2. Caractéristiques du propriétaire-dirigeant :

Maintenant que le profil distinctif des PME exportatrices est identifié, nous pouvons faire le même exercice avec les caractéristiques propres aux propriétaires-dirigeants des entreprises.

**Tableau 2 : Caractéristiques des propriétaires-dirigeants**

Caractéristiques des propriétaires-dirigeants		PME exportatrices	PME ayant fait une tentative d'exportation	PME non exportatrices
Age	De 20 a 30 ans	0%	0%	10%
	De 30 a 40 ans	20%	10%	10%
	De 40 a 50 ans	50%	40%	30%
	De 50 a 60 ans	20%	30%	30%
	Plus de 60 ans	10%	20%	20%
Niveau d'instruction		Supérieur	Supérieur et secondaire	Supérieur, secondaire et professionnel
La maîtrise des langues étrangères		100%	100%	100%
Compétence en management international		60%	40%	0%
Déplacement réguliers vers l'étranger		70%	30%	30%

Source : réalisé à partir des résultats de l'enquête.

Par cette constatation, nous pouvons confirmer que les propriétaires-dirigeants des PME exportatrices ont des caractéristiques différentes de celles des propriétaires-dirigeants des PME non exportatrices. Les propriétaires-dirigeants des PME exportatrices ont un niveau d'instruction supérieure, ils maîtrisent au moins une langue étrangère, ils ont une expérience professionnelle des affaires internationales avant de diriger l'entreprise et ils partent en voyage à l'étranger régulièrement.

#### 4.3. Les facteurs environnementaux :

**Tableau 3 : L'influence des facteurs environnementaux**

		Pourcentage
<b>Les raisons pour lesquelles les PME ont pris la décision d'exporter</b>	Les commandes provenant de l'étranger	100%
<b>La première expérience à l'exportation</b>	Une sollicitation d'un client étranger	80%
	Une prospection sur les marchés étrangers	10%
	La participation aux foires et salons en Algérie	10%
<b>L'accompagnement des autorités</b>	Contraignante	40%
	Sans influence	30%
	Encourageante	20%
	Très encourageante	10%
<b>Premier marché d'exportation</b>	France	60%
	Espagne, Italie et Canada	20%

**Source :** réalisé à partir des résultats de l'enquête.

D'après le tableau on observe que la totalité des exportateurs ont signalé que les commandes provenant de l'étranger est la raison principale pour laquelle ces exportateurs ont pris la décision d'exporter et 80% des PME enquêtées ont confirmé que leurs première exportation a été déclenchée par la

sollicitation d'un client étranger. Cela confirme que parmi les facteurs les plus pertinents pour les décisions initiales d'exporter est la demande étrangère.

Interrogées sur les dispositifs d'appui, 40% des entreprises jugent que les dispositifs d'appui sont encourageants, 30% ont estimé que les dispositifs d'appui n'ont une influence sur la décision d'exportation, 10% des entreprises jugent que les dispositifs d'appui sont très encourageants et les 20% restant ont estimé que les dispositifs d'appui sont contraignants.

On ce qui concerne le pays choisi comme premier marché d'exportation, 60% des PME exportatrices ont choisi la France pour des raisons reliées à la proximité et la langue française, 20% ont également choisi l'Espagne comme premier marché d'exportation pour la proximité, les autres PME exportatrices ont sélectionné l'Italie et le Canada pour la forte demande dans ces deux pays.

#### 4.4. Les freins à l'export :

**Tableau 4 : Les freins à l'export**

<b>Les raisons qui justifient le fait que les PME ont décidé de mettre fin aux activités d'exportation</b>	Les clients étrangers ont annulé leur commande	70%
	Les fluctuations du taux de change ont rendu les produits non compétitifs	30%
	A cause des difficultés de production rencontrées	20%
	Le processus était trop dispendieux	10%
<b>Les raisons qui justifient le fait que les PME n'exportent pas</b>	L'entreprise n'est pas intéressée par l'exportation	50%
	Le marché local est suffisant pour l'entreprise	30%
	Les activités d'exportation sont trop risquées	10%
	Le manque d'expérience pour lancer l'entreprise sur le marché international	10%

**Source :** réalisé à partir des résultats de l'enquête.

Interrogées sur les raisons pour lesquelles PME ayant fait une tentative d'exportation ont décidé de mettre fin aux activités d'exportation, la

majeure partie des entreprises a cité en premier lieu que les clients étrangers ont annulé leur commande (70%).

Questionnées sur les principaux facteurs pour les quelles les PME non exportatrices ne fait pas d'exportation, la moitié des PME ont confirmé que le marché local est largement suffisant pour l'entreprise, 30% d'entre elles n'ont pas intéressé par l'exportation, 10% ont trouvé trop risquées les activités d'exportation et 10% ont une manque d'expérience pour lancer l'entreprise sur le marché international.

En observant les résultats présentés précédemment, nous pouvons constater que les facteurs environnementaux ont une certaine influence sur la décision d'exportation chez les PME, ces facteurs sont généralement la forte demande étrangère et dispositifs mis par le gouvernement algérien.

### **Conclusion :**

Notre contribution avait pour objet d'identifier empiriquement les facteurs qui influencent le plus la décision d'exporter des PME oranaises. Après avoir passé en revue les principales motivations qui poussent la PME à exporter dans un premier temps, une étude a été menée sur un échantillon des PME de la wilaya d'Oran. Les résultats qui ressortent de cette étude, nous permettent de conclure que les facteurs déterminants des PME exportatrices oranaises sont des facteurs communs pour l'ensemble des entreprises et sont regrouper en trois catégories : des facteurs liés aux spécificités internes de la PME, des facteurs liés à l'entrepreneur et enfin des facteurs liés à l'environnement externe de la PME. Et si nous désirons faire sortir les facteurs qui ont plus d'influence sur la décision d'exportation, nous aurons que parmi les facteurs les plus pertinents est la demande étrangère, renforcé par les caractéristiques du propriétaire-dirigeant, ce dernier occupe dans sa PME une position centrale prépondérante et constitue l'un des principaux facteurs internes à prendre en considération. Puis viennent respectivement en ordre décroissant les facteurs suivants : le secteur d'activité, les réseaux de l'entreprise, l'accompagnement des autorités, l'importance de l'innovation, les ressources et les compétences et enfin les technologies de l'information et de la communication.

### **Bibliographie :**

Abdellatif M et Jean-Amans C, « *Le choix des modes d'entrée capitalistiques des PME sur les marchés étrangers : exploration de déterminants potentiels* », 15<sup>ème</sup> Congrès de l'Association Internationale de Management Stratégique, Nantes, 7-8-9 juin 2011.

- Allali B, « *Vision des dirigeants et internationalisation des PME marocaines et canadiennes du secteur agroalimentaire* », Thèse de doctorat soutenue à HEC Montréal, Mars 2003.
- Amelon J-L et Cardebat J-M, « *Les nouveaux défis de l'internationalisation : Quel développement international pour les entreprises après la crise ?* », De Boeck, 2010.
- BOUYACOUB A, « Les PME en Algérie : dynamisme et limites institutionnelles », in « *De la gouvernance des pme-pmi : regards croisés France-Algérie* », L'Harmattan, 2006.
- Buigues P-A et Lacoste D, « *Stratégies d'internationalisation des entreprises : Menaces et opportunités* », De Boeck, 2011.
- CROUE C, « *Marketing international* », 4ème édition, De Boeck, 2003.
- DJEMAI S, « Les PME Exportatrices : Croissance Economique Hors Hydrocarbures », colloque internationale, évaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014 et leurs retombées sur l'emploi, l'investissement et la croissance économique, école doctorale- université Sétif 1, les 11 et 12 mars 2013.
- JANSSEN F, « *Entreprendre: Une introduction à l'entrepreneuriat* », De Boeck Supérieur, 2009.
- L'article 04 de la loi N°01-18 du 12 décembre 2001, portant loi d'orientation sur la promotion de la PME.
- Laghzaoui S, « *Internationalisation des PME : Pour une relecture en termes de ressources et compétences* », 8<sup>ème</sup> Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, disponible sur : [http://web.hec.ca/airepme/images/File/2006/013\\_LinternationalisationdesPME.pdf](http://web.hec.ca/airepme/images/File/2006/013_LinternationalisationdesPME.pdf)
- Les différents bulletins d'informations statistiques du Ministère de l'industrie, de la petite et moyenne entreprise et de la promotion de l'investissement (MIPMEPI).
- Levratto N, « *Les PME: Définition, rôle économique et politiques publiques* », De Boeck, 2009.
- Pantin F, « *Le rôle des compétences de l'équipe dirigeante au sein du processus d'internationalisation : étude d'une moyenne entreprise française* », 7<sup>ème</sup> congrès francophone en entrepreneuriat et PME, Montpellier, octobre 2004. Disponible sur : <http://web.hec.ca/airepme/images/File/2004/065.pdf>

St-pierre J et al, « *Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME : une étude exploratoire* », 8<sup>ème</sup> Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, 25, 26, 27 octobre 2006, disponible sur : [http://www.airepme.org/images/File/2006/056\\_LeroledesTIC.pdf](http://www.airepme.org/images/File/2006/056_LeroledesTIC.pdf)

Sylla K, « *Les déterminants de la stagnation des micro et petites entreprises béninoises* », revue africaine de gestion, N°4 Avril 2013, disponible sur : [http://www.rag.sn/IMG/pdf/Article\\_SYLLA\\_Karimaz2.pdf](http://www.rag.sn/IMG/pdf/Article_SYLLA_Karimaz2.pdf)