

Pr. Abderrezak BENHABIB<sup>1</sup> & Mustapha DJENNAS<sup>2</sup>  
Université de Tlemcen

**La Réforme des Politiques Commerciales est-elle pour  
une réelle intégration au contexte euroméditerranéen ?  
Analyse Empirique du cas Algérien**

**Résumé**

*Ce papier est centré sur l'idée selon laquelle l'adoption d'une stratégie de réforme des politiques commerciales est un nécessaire préalable pour externaliser davantage les activités économiques des entreprises exportatrices algériennes en dehors des frontières de l'état, et cela par une réelle intégration au contexte euroméditerranéen. Toutefois, nous pensons qu'il serait dans l'intérêt des entreprises algériennes de prendre, outre les réformes commerciales, d'autres mesures pour s'intégrer efficacement dans ce contexte telles que les questions liées à la technologie, l'innovation et l'environnement.*

*Dans un premier temps, nous exposons brièvement les politiques principales de la réforme commerciale pour une réelle intégration internationale, nous présenterons aussi quelques aspects technologiques et environnementaux nécessaires pour cette intégration. Nous examinerons dans un deuxième temps, les particularités des pays du Maghreb, particularités fortement marquées par la préférence européenne. Finalement, nous montrerons les résultats d'une étude effectuée auprès de quelques entreprises exportatrices algériennes dans le but de dévoiler ce que pensent nos managers envers leur intégration et leurs pratiques du commerce extérieur dans le contexte euroméditerranéen.*

**Introduction**

En ce nouveau millénaire, la mondialisation accélérée des économies, l'ouverture des marchés, la multiplication des produits et services, l'exacerbation des pratiques commerciales agressives, l'amplification des instruments technologiques et en particuliers les NTIC, la déréglementation de l'état représentent les défis auxquels sont confrontées les institutions, les organisations, les entreprises et la société civile des pays du Maghreb. L'Algérie, qui a appuyé son insertion dans le contexte euroméditerranéen sur la mise en œuvre d'avantages comparatifs, aussi bien pour les activités productives que les activités commerciales en constitue un cas.

La résolution de cette situation implique à notre avis la mise en place d'un environnement propice, plus fécond de sorte que l'appartenance à une zone économique intégrée transméditerranéenne en devienne une composante fondamentale.

---

1- Professeur et Directeur du laboratoire MECAS à la Faculté des Sciences Economiques, Gestion et Sciences Commerciales, Université de Tlemcen, Algérie. E-mail : a\_benhabib@caramail.com

2- Doctorant à la Faculté des Sciences Economiques, Gestion et Sciences Commerciales, Université de Tlemcen, E-mail : djennasm@yahoo.fr.

Notre objectif est de montrer dans cette communication, que la voie d'intégration régionale des entreprises algériennes à l'Union Européenne s'affirme comme la première option susceptible de contribuer significativement au désenclavement de l'Algérie et son insertion active dans l'économie mondiale à travers une stratégie des réformes commerciales qui vise le développement durable.

La Conférence de Barcelone (novembre, 1995), acte fondateur de la nouvelle politique euroméditerranéenne, a jeté les bases d'un ambitieux partenariat dont l'objectif est la constitution d'un espace de *paix*, de *stabilité* et de *prospérité partagée*. Or, huit ans après Barcelone, force est de constater que les résultats sont en deçà des ambitions. L'espoir né à Barcelone en 1995 s'est, au fil des années, dissipé et la construction de la région euroméditerranéenne piétine.

On peut se demander si, faute de réussir à tirer parti des complémentarités existantes entre activités et secteurs localisés dans leur région, les pays du Maghreb ne risquent pas de *tout perdre* en étant acculés à s'ouvrir dans le désordre à une concurrence extra-méditerranéenne ne partageant ni leurs valeurs, ni leurs objectifs stratégiques.

Comment s'insérer dans une région économique intégrée et viable fondée sur une affectation soigneuse des ressources et une exploitation judicieuse des avantages compétitifs ? Quels sont les critères sur lesquels se base la réforme de la stratégie commerciale ? Quels sont les facteurs technologiques et environnementaux qui influencent ce choix ? Plus encore, peut-on en rester au niveau des échanges commerciaux alors que le processus de mondialisation-globalisation est fondamentalement marqué par la diffusion d'une économie fondée sur les connaissances, les savoirs et les technologies avancées ? Autant de questions fondamentales auxquelles nous allons tenter de répondre.

### **1/ Qu'est ce qu'une réforme des politiques commerciales ?**

A la fin des années 90, certains pays du continent africain ont connu des taux de croissance économique satisfaisants. Parmi les pays à plus forte croissance, on peut retenir l'Ouganda, le Ghana, le Cameroun, la Côte D'Ivoire, ainsi que le Maroc ou la Tunisie (voir tableaux 1 et 2).

En dépit de ce facteur d'espoir, il reste beaucoup à faire pour corriger les effets dévastateurs sur plusieurs pays de la région pour parer aux périodes de stagnation voire de déclin.

La volatilité des marchés internationaux observée depuis le milieu des années 1970, a eu des effets pervers en Afrique. En dépit d'une pression considérable des gouvernements donateurs ou des bailleurs de fonds multilatéraux, les responsables de politique économique en Afrique ont toujours été sceptiques, sur l'opportunité d'ouvrir leurs économies en réduisant le rôle de l'état. En conséquence, les réformes commerciales ont progressé de façon au mieux graduelle, quand elles n'ont pas connu des pauses ou des inflexions<sup>3</sup>.

---

3- Bichara.K.: Ajustement structurel au Maghreb, revue Alternatives Sud, vol. II, n°3, l'Harmattan, 1995.

**Tableau 1 : Evolution du PIB et du Prix à la consommation Pays Africains (Variation annuelle : %)**

Pays	PIB en volume			Prix à la Consommation		
	1995	1996	1997	1995	1996	1997
Algérie	3.9	4.0	5.0	21.9	15.1	7.0
Maroc	-7.6	10.3	3.0	6.1	3.0	3.5
Tunisie	2.5	7.5	7.0	6.3	5.0	4.5
Cameroun	7.0	5.0	6.0	14.3	6.3	3.0
Côte d'Ivoire	7.0	6.5	6.0	14.3	6.6	3.0
Ghana	4.5	5.0	5.0	59.5	45.6	21.5
Kenya	4.9	4.2	3.8	1.7	9.0	8.0
Nigeria	2.5	2.1	4.7	70.0	29.3	14.1
Afrique du Sud	3.4	3.1	2.2	8.6	7.4	10.2
Soudan	4.5	4.0	4.0	57.0	85.0	55.0
Tanzanie	3.8	4.5	5.0	34.0	25.7	15.0
Ouganda	9.8	7.8	7.0	7.4	5.0	5.0
Afrique	2.9	5.0	4.7	32.1	24.8	12.0

Source : Fonds Monétaire International (1997)

**Tableau 2 : Quelques indicateurs économiques fondamentaux du Maghreb**

	Algérie	Maroc	Tunisie
Population en 2000 (en millions)	31.2	28.2	9.5
Population en 2010 (en millions)	39.0	33.6	11.4
PIB en 2000 (en milliards de \$ US)	46.9	35.6	19.8
Croissance du PIB 1996-2000 (en %)	5.0	4.2	5.5
Inflation 1990-2000 (en %)	20.4	4.8	4.5
Taux de chômage 1999 (en %)	33.0	19.0	15.6
Déficit budgétaire/PIB 1999 (en %)	1.9	2.5	2.7
Dette extérieure en 2000 (en % du PIB)	60.0	52.0	53.0
Service de la dette extérieure/Exportations 1999 (en %)	38.6	25	16

Source : Office National des Statistiques

L'une des causes habituellement avancées dans la littérature, pour expliquer les variations dans les réformes, est l'application inappropriée des réformes de politique économique<sup>4</sup>. Bien plus, c'est le caractère aléatoire du processus de prise de décision qui est remis en cause. Les effets d'impact désirés sur l'investissement et les exportations ne peuvent se produire, lorsqu'une forte incertitude rend aléatoire la continuité des réformes.

En matière d'échanges extérieurs, il existe un consensus relatif sur ce qu'est

4- Valérie Boronod et al. : Commerce international, marketing et négociation, Bréal, 1998.

une stratégie raisonnable d'échanges extérieurs favorables aux pays africains. Ce consensus peut être formalisé par quelques propositions<sup>5</sup> :

- Dé-monopoliser le commerce extérieur ;
- Simplifier le régime des importations ;
- Réduire les procédures discrétionnaires et adopter des procédures douanières transparentes ;
- Substituer les restrictions quantitatives par les tarifs ;
- Eviter des variations accusées dans les taux de taxation nominale ou alors des taux de taxation effective très élevée ;
- Autoriser l'accès aux intrants importés à des exportateurs des zones franches ;
- Réduire les biais anti-exportateurs ;
- Ne pas taxer très fortement les produits agricoles ;
- Accès à l'endettement bancaire et au capital risque ;
- Augmentation de l'offre des titres sur le marché financier ;
- Ouverture du capital des sociétés ;
- Sécurisation juridique des ententes entre associé ;
- Enfin devraient intervenir des effets directs sur l'offre elle-même, par réallocation des facteurs sous l'effet de modification des prix relatifs induits par la concurrence extérieure.

Ces propositions donnent donc une grande marge de manœuvre aux responsables de politique économique, pour faire leurs propres choix en matière de politiques commerciales ou industrielles. Certains pays ambitieux en matière de réformes comme l'Ile Maurice, le Ghana et l'Ouganda, ont mis en œuvre l'essentiel de l'agenda des réformes suscitées. Mais même dans ce groupe de pays, des retours en arrière ont été fréquents. D'autres pays ont fait bien moins de réformes. Les droits de douane restent élevés, les monopoles de commerce extérieur continuent de prévaloir dans de nombreux secteurs, les exportations de produits agricoles sont toujours taxées, et les procédures de commerce extérieur sont toujours soumises au secret et à la corruption<sup>6</sup>. La bonne question est donc de savoir pourquoi y a-t-il eu si peu de progrès pour des réformes pourtant encouragées par des économistes de différents horizons ?

## **2/ Facteurs technologiques : Les politique en matière d'innovation et les législations sur la propriété technologique**

Les pays du Maghreb, en l'occurrence l'Algérie, allouent peu de ressources à la R&D, entre 0.3% et 1% du PIB en moyenne<sup>7</sup>, alors que ce même taux est de 2% dans l'UE, 2.4% aux Etats-Unis et 2.8% au Japon.

Les entreprises publiques ou privées ne développent pas une recherche d'envergure, leurs liens avec les équipes universitaires connaissent depuis les années

5- Dani Rodrik : La réforme des politiques commerciales est-elle Vraiment possible en Afrique ? Journal of African Economies, vol. 7 supplément n°1, pp. 10-36, 1998.

6- Bichara.K.: Ajustement structurel au Maghreb, revue Alternatives Sud, vol. II, n°3, l'Harmattan, 1995.

7- Djeflat.A. et Zghal.R. : Science, technologie et croissance au Maghreb, réseau Maghtech, 1995.

1990 une évolution significative mais lente. Une faible part de la recherche est réalisée par les grands groupes industriels, qui mènent une recherche inscrite dans leur stratégie de développement.

Par contre les PME, qui constituent pourtant l'essentiel du tissu industriel maghrébin, croient peu en la recherche et sont peu innovatrices. Dans leur majorité, elles consistent en des unités de transformation de taille modeste à la fois sous-encadrées, sous-capitalisées et sous informatisées. Leur management est souvent de type familial, peu évolué et dans bien des cas dépourvu de vision stratégique et fermé à l'innovation<sup>8</sup>.

On remarque une absence de liens interactifs entre l'université et l'industrie avec pour effet négatif que le potentiel d'assistance technique et d'adaptation des technologies dont disposent les établissements d'enseignement supérieur est faiblement employé par les secteurs productifs, et plus particulièrement les PME.

La production est essentiellement à base de main-d'œuvre peu qualifiée. Le secteur industriel importe selon les pays entre 70 et 85% de ses besoins en services de conseil et d'ingénierie pour l'investissement ce qui représente une part non négligeable du PIB.

On sait désormais que la croissance économique d'un pays en développement ne peut être basée uniquement sur les importations de technologies et les investissements en capital physique. Les institutions, les pouvoirs publics, les lois et les politiques gouvernementales sont également des facteurs clés<sup>9</sup>. Ainsi, grâce à des politiques appropriées, les pouvoirs publics peuvent jouer le rôle de locomotive et mettre en place un environnement accueillant, favorable à la création de richesses. La création d'un tel environnement passe par leur participation à l'amélioration de la compétitivité du tissu industriel et par une aide accrue aux laboratoires et aux entreprises pour leur permettre l'accès aux dernières avancées de la recherche mondiale afin de maintenir leur rang dans la compétition internationale. Cet environnement, en augmentant la confiance des investisseurs internationaux, est propice au développement des implantations productives étrangères par le biais des prises de participation des firmes multinationales et des accords d'alliances et de joint-venture qui facilitent les transferts de technologie<sup>10</sup>.

Globalement, les pays du Maghreb ont entrepris d'importants efforts afin de valoriser les processus d'innovation, mais c'est cette absence d'articulation entre l'université et l'entreprise qui constitue le problème majeur. A cause de cela, les pays du Maghreb restent incapables de former les cadres scientifiques et technologiques susceptibles de nourrir le processus d'innovation et de progrès technique et d'aider ainsi au changement structurel.

---

8- Rapport de synthèse des actes du colloque Gouvernance et développement de la PME. CREAD, 2003.

9- Saâd. M. : Transfer and use of advanced technology in less-developed countries and impact on organisational change and learning : evidence from Algeria, Science Technology & Development, vol. 13 (3), 1995.

10- Tahi.S. : Plaidoyer pour des alliances entre firmes maghrébines et européennes, Critique économique, n°1, pp. 136-150, 2000.

Toutefois, pour qu'il en soit concrètement ainsi, diverses mesures doivent être initiées, dans le cadre du partenariat avec l'UE, afin<sup>11</sup> :

- D'identifier les besoins de l'économie dans le domaine de la recherche scientifique et technique et favoriser la constitution de réseaux autour des pôles de compétence universitaires ;
- D'intégrer les préoccupations de la vie économique et socio-culturelle dans la politique de recherche scientifique et de développement technologique : il s'agit en fait, de définir les outils et les règles permettant à la recherche de contribuer à la solution des problèmes posés à la société ;
- Regrouper et renforcer les équipements existants dans quelques universités ou centres de recherche et les gérer de façon rationnelle afin de les mettre à la disposition de tous les opérateurs, aussi bien des chercheurs que du monde de la production.

En définitive, c'est en instaurant un partenariat multiforme que les liens entre l'université (sphère de formation scientifique et technique), l'entreprise (sphère industrielle) et les politiques publiques de R&D (sphère de R&D) peuvent se resserrer et se renforcer mutuellement par un :

- Partenariat des stratégies scientifiques, qui vise à améliorer les produits et procédés industriels et à mettre au point de nouvelles technologies ;
- Partenariat d'ouverture, qui permet à l'université d'aider l'entreprise en lui fournissant l'expertise et le conseil scientifique et technique, ou encore en lui donnant accès aux équipements des laboratoires, crédit de recherche, aide à l'innovation, incitation à la création d'entreprises innovantes ;
- Partenariat de transfert, qui permet de céder à l'entreprise, dans les meilleures conditions d'efficacité scientifique et économique, les résultats de projets de recherche initiés par les universités.

Une meilleure articulation entre ces trois pôles avec une valorisation des différentes interdépendances entre eux permettra de rendre les systèmes nationaux d'innovation plus efficaces. Dans l'ensemble de ces domaines, l'accord d'association avec l'UE peut se révéler d'un apport décisif pour le Maghreb. L'Europe, on le sait, possède une grande expérience en matière d'articulation science-industrie et création de synergies entre activités de recherche et activités de production. En fournissant un réel transfert de connaissances et d'expériences dans ce domaine, l'accord d'association peut permettre au Maghreb d'aller plus vite et mieux vers la mise en place des indispensables passerelles entre ces trois pôles.

### **3/ Facteurs environnementaux et globalisation : quels rapports ?**

Parallèlement à la mondialisation des économies et à la libéralisation croissante des échanges commerciaux, les politiques d'environnement ont acquis une dimension planétaire et interfèrent de plus en plus avec le champ économique.

---

11- Djeflat.A. : Strategies of science and technology-based development and transition : the Maghreb perspective, *Science Technology & Development*, vol. 13 (3), 1995.

Daguzan. J.F. : Etat, science, recherche et développement technologique au Maghreb, op.cit

Au cours des dernières décennies, la communauté internationale a pris conscience de la nécessité d'une concertation mondiale, que ce soit pour parer à l'épuisement des ressources naturelles ou à la disparition d'espèces menacées, préserver la diversité biologique de la planète, ou enrayer l'accumulation exponentielle de pollutions ou de produits toxiques dans le sol, l'océan, l'atmosphère et la stratosphère. Ainsi, les politiques environnementales ont dû élargir leur champ pour prendre en compte non plus seulement les impacts sur l'environnement local mais aussi les effets transfrontaliers et globaux des activités humaines<sup>12</sup>.

Depuis le Sommet de la Terre qui s'est tenu à Rio en 1992, une nouvelle génération d'Accords Multilatéraux d'Environnement (AME) a vu le jour, avec un objectif plus marqué de développement durable<sup>13</sup>, et des mesures destinées à faire évoluer les comportements économiques des producteurs et des consommateurs vers un mode plus durable. Ce sont, par exemple, la Convention cadre sur les changements climatiques, la Convention sur la Biodiversité et son Protocole sur la Biosécurité signé à Montréal en janvier 2000, ou encore la Convention sur la lutte contre la Désertification<sup>14</sup>.

Le Comité sur le Commerce et l'Environnement (CCE) au sein de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) a pour objectif d'identifier les relations entre les mesures commerciales et les mesures environnementales de manière à promouvoir le développement durable et faire des recommandations appropriées pour déterminer s'il y a lieu de modifier les dispositions du système commercial multilatéral, en respectant le caractère ouvert, équitable et non discriminatoire.

Les mesures avancées pour atteindre ces objectifs sont, notamment<sup>15</sup> :

- La protection de la vie et de la santé des hommes, animaux et végétaux ;
- La préservation des ressources naturelles non renouvelables ;
- L'accord sur les Obstacles Techniques au Commerce (OTC) ;
- L'accord sur les mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS) ;
- L'accord sur l'Agriculture qui contient différentes dispositions limitant les incitations en faveur de modes d'exploitation dommageables à l'environnement : clauses concernant l'accès aux marchés, les subventions nationales et la compétitivité des exportations ;
- L'accord sur les Subventions et les Droits Compensatoires qui autorise les subventions environnementales, sous certaines conditions ;
- L'accord ADPIC sur les Droits de Propriété Intellectuelle en relation avec le Commerce qui encourage les innovations ayant un impact favorable à l'environnement, et qui considère non *brevetables* certaines inventions dommageables à l'environnement ;

---

12- Elie Cohen, rapport du CCE op. cité.

13- Bertrand Nezeys : Commerce international, croissance et développement, 2ème édition, Economica 1990.

14- UNESCO/SOLAGRAL/MATE : Mondialisation et Développement Durable.

15- UNESCO/SOLAGRAL/MATE : Mondialisation et Développement Durable.

Toutes ces mesures reconnaissent qu'on ne peut empêcher aucun pays de prendre les mesures nécessaires pour protéger la vie humaine, animale ou végétale ou l'environnement, à condition qu'il respecte le principe de non discrimination, et que les mesures ne soient pas plus restrictives vis-à-vis du commerce que cela est nécessaire.

Outre ces mesures, s'ajoutent d'autres considérations d'ordre *sociétal* qui visent le bien être des consommateurs et leurs exigences quant aux procédés et méthodes de production. La difficulté que rencontre l'OMC à l'égard des normes et prescriptions environnementales dont la définition s'appuie sur une approche englobant tout le cycle de vie du produit (depuis son lancement jusqu'à son élimination finale), tient essentiellement aux critères et exigences relatifs aux procédés et aux méthodes de production (PMP). Ces critères relèvent d'une logique environnementale intégrée qui cherche à infléchir les modes de production vers un mieux écologique. En effet, l'analyse et la prise en compte, dans les règles du commerce international, des aspects environnementaux relatifs aux procédés et méthodes de production constituent un grand enjeu pour les années à venir.

Pour répondre à cette demande d'information concernant les performances environnementales d'un produit, des normes ISO sont développées par l'Organisation Internationale de Normalisation (ISO) qui s'est penchée sur la définition de normes internationales adaptées aux questions environnementales regroupées sous l'appellation de série *ISO 14000*.

#### **4/ L'intégration internationale des économies maghrébines : un passage nécessaire par le contexte euro-méditerranéen**

Depuis leurs indépendances, les pays du Maghreb ont cherché à mettre en valeur leurs avantages comparatifs pour tenter d'améliorer la position occupée dans l'économie mondiale. Au cours des années quatre-vingt, les modèles de développement aut centré ont montré leur limites : crise de la dette (Maroc, Algérie), contre-choc pétrolier (Algérie). Tous les pays du Maghreb ont entrepris de réduire l'emprise de l'état sur l'économie à la suite de la mise en place des plans d'ajustement structurel en contrepartie des programmes de rééchelonnement de leur dette extérieure (Maroc en 1983 et Algérie en 1994 et 1995). La première phase de ce mouvement de libéralisation a porté sur le rétablissement des équilibres macro-économiques globaux, selon le schéma classique de l'ajustement structurel visant à réduire l'excès de la demande : diminution des déficits publics et courants, baisse du rythme de l'inflation.

Nul ne doute que l'approfondissement des réformes structurelles implique la poursuite de l'ajustement en profondeur et l'ouverture de l'économie à la concurrence interne et externe. Certains auteurs insistent sur le rôle crucial des politiques macro-économiques et sur l'engagement irréversible des pays du Maghreb dans la voie de la libéralisation de leur économie<sup>16</sup>. La croissance du produit

---

16- G. Kedadjian : La création d'une zone de libre-échange entre l'Union européenne et le Maghreb. Journée d'études GEMEDEV, CERCA, 1994.

intérieur brut est aujourd'hui insuffisante dans l'ensemble de la région maghrébine. Celle-ci génère difficilement la valeur ajoutée qui devrait rendre l'évolution démographique supportable<sup>17</sup>. Cependant, le Maroc et la Tunisie, du fait de la spécialisation, ont pu émerger dans les échanges internationaux. Même si leurs résultats restent modestes, les progrès qu'ils ont faits leur permettent aujourd'hui d'envisager de s'ouvrir davantage à l'économie internationale et d'espérer ainsi élargir leur potentiel de croissance. Pour l'Algérie, l'évolution politique nationale ou régionale sera déterminante<sup>18</sup>.

#### 4.1. spécialisation des pays du Maghreb

Les pays maghrébins se caractérisent par des structures économiques qui semblent mal adaptées aux conditions nouvelles de la compétitivité et de la nouvelle donne en matière de spécialisation<sup>19</sup>. La structure de leurs exportations se traduit par une spécialisation type PVD : produits énergétiques et miniers, textile-habillement, produits agricoles. L'Algérie, on le sait, exporte essentiellement des hydrocarbures en grande partie à l'état brut (Tableau 3), tandis que le Maroc et la Tunisie exportent des produits primaires et des biens manufacturés. Ces secteurs apparaissent comme des filières de spécialisation émergente susceptibles d'attirer les investissements étrangers.

**Tableau 3 :** Structure des exportations algériennes (en % de la valeur des exportations)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Agriculture, pêche, chasse	0.6	0.6	0.2	0.8	0.5	0.2	0.3
Eau et Energie	0.6	0.1	0.8	0.1	0.1	0.0	0.0
Hydrocarbures	94.4	95.2	96.1	94.2	93.5	96.3	96.4
Mines et carrières	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.3
Industries sidérurgiques, métal, mécan. élect	1.5	1.0	0.9	1.4	1.3	1.1	0.9
Chimie, caoutchouc, plastiques	1.4	2.1	1.4	1.8	3.5	2.0	1.8
Industries agro-alimentaires, tabacs, allumettes	0.1	0.4	0.2	0.3	0.5	0.1	0.1
Industries textiles, bonneterie, Confection	0.0	0.2	0.0	0.3	0.3	0.0	0.0
Industries des cuirs et chaussures	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Industries du bois, liège, papier...	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.1

Source : Office National des Statistiques

17- Ben El Hassan Alaoui: La coopération entre l'Union européenne et les pays du Maghreb, Nathan, 1994.

18- Bichara.K.: Le partenariat euro-méditerranéen après la conférence de Barcelone, l'Harmattan, 1997.

19- Keadjian G.: La création d'une zone de libre-échange entre l'Union européenne et le Maghreb, Journée d'études GEMEDEV, CERCA, 1994.

#### 4.2. La place privilégiée de l'Europe

Les pays maghrébins gravitent autour du pôle européen avec lequel ils réalisent la plus grande partie de leurs échanges. La part de l'Europe dans les exportations algériennes est comprise dans une fourchette de 70-80%, respectivement 60-70% pour les importations (Figure 1).

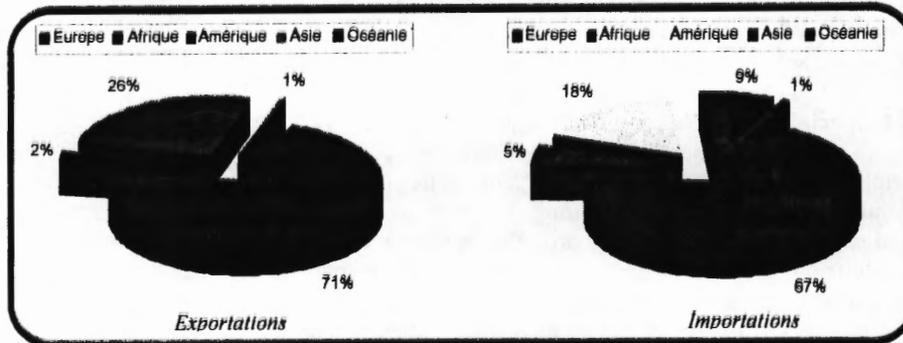


Figure 1 : Echanges extérieurs de l'Algérie par continent en 1999

La France demeure certes parmi les premiers clients des pays du Maghreb, mais son poids n'a cessé de s'effriter depuis le milieu des années 80 au profit de l'Italie, de l'Espagne et de l'Allemagne (Tableaux 4 et 5).

Tableau 4 : Les dix premiers clients de l'Algérie : Exportations En Millions de DA.

Pays	1995	%	Pays	1996	%	Pays	1997	%	Pays	1998	%
Italie	111737,7	22,4	Italie	147425,3	19,9	Italie	163336,9	20,6	Italie	129327,4	21,6
U.S.A	82837,6	16,6	U.S.A	113582,7	15,3	U.S.A	126613,8	16,0	France	98213,5	16,4
France	70451,1	14,1	France	97299,2	13,1	France	124746,2	15,8	U.S.A	89274,0	14,9
Pays Bas	51818,9	10,4	Pays-Bas	64449,8	8,7	Espagne	71073,0	9,0	Espagne	56351,4	9,4
Espagne	33326,4	6,7	Espagne	56480,8	7,6	Pays Bas	66698,7	8,4	Pays-Bas	47549,6	7,9
Belgique	19559,2	3,9	Turquie	38407,8	5,2	Turquie	46211,1	5,8	Bésil	37133,9	6,2
Turquie	16752,9	3,4	Bésil	37768,7	5,1	Bésil	42546,8	5,4	Turquie	33974,2	5,7
Bésil	11997,8	2,4	Russie	31976,8	4,3	Belgique	28722,0	3,6	Belgique	24694,7	4,1
Canada	11748,5	2,4	Canada	26981,0	3,6	Canada	26981,0	3,4	Canada	21062,1	3,5
Grande Bretagne	10871,3	2,2	Belgique	21535,1	2,9	Allemagne	17635,6	2,2	Grande Bretagne	15148,9	2,5

Source : Office National des Statistiques

Tableau 5 : Les dix premiers pays fournisseurs de l'Algérie : Importations En Millions de DA.

Pays	1995	%	Pays	1996	%	Pays	1997	%	Pays	1998	%
France	127813,0	24,9	France	121804,1	24,4	France	116009,8	23,1	France	131655,9	24,7
U.S.A	67451,8	13,1	Espagne	61067,5	12,3	U.S.A	53171,7	10,6	U.S.A	58253,4	10,9
Italie	49609,7	9,7	U.S.A	50960,7	10,2	Italie	43335,9	8,6	Italie	49673,5	9,3
Espagne	43927,4	8,6	Italie	45663,5	9,2	Espagne	34851,2	6,9	Allemagne	37892,9	7,1
Allemagne	35171,1	6,9	Allemagne	32744,9	6,6	Canada	28235,4	5,6	Espagne	32150,3	6,0
Canada	21532,3	4,2	Canada	19461,3	3,9	Allemagne	27860,8	5,6	Canada	30734,1	5,8
Japon	17402,8	3,4	Turquie	17422,3	3,5	Japon	18389,3	3,7	Turquie	24131,4	4,5

Turquie	14510,4	2,8	Japon	13119,8	2,6	Turquie	18123,6	3,6	Grande-Bretagne	14706,4	2,8
Chine	12025,3	2,3	Belgique	11729,0	2,4	Grande-Bretagne	16198,8	3,2	Belgique	14217,5	2,7
Belgique	11740,0	2,3	Chine	11102,8	2,2	Syrie	13870,8	2,8	pays bas	11108,4	2,1

Source : Office National des Statistiques

L'Europe constitue l'espace naturel d'intégration des pays maghrébins à l'économie internationale. Cette intégration naturelle a été renforcée par les accords de coopération ou d'association (en particulier le Maroc et la Tunisie), qui prévoyaient un accès préférentiel au marché européen. Toutefois, en articulant accès préférentiel à son marché, globalisation de sa politique méditerranéenne et protection des secteurs sensibles, l'Union Européenne (UE) a largement infléchi les spécialisations des pays du Maghreb, d'une part, et le dynamisme de leurs exportations, d'autre part.

La protection des secteurs sensibles constitue donc le principal reproche généralement fait à la politique de l'UE à l'égard des pays du Maghreb : les produits agro-alimentaires et le textile habillement sont au cœur du débat. L'Europe a limité l'accès à son marché là où la concurrence de ses voisins était la plus sensible. Les pays maghrébins n'ont pas, non plus, tous su utiliser le levier commercial qui leur était fourni. De surcroît, cette préférence est aujourd'hui remise en cause par les avancées de la libéralisation multilatérale et par l'intégration des pays de l'Europe centrale et orientale dans l'espace européen.

Le double déséquilibre dans les échanges euro-maghrébins semble se renforcer. Le premier déséquilibre tient au fait que l'Europe est le principal partenaire commercial du Maghreb alors que celui-ci vient, selon les années, en position lointaine dans les échanges de l'UE. Le second est lié au fait que l'Europe exporte de plus en plus vers la zone Maghreb, alors que les exportations de cette dernière stagnent rendant cette

zone structurellement déficitaire. En effet, les pays du Maghreb se fournissent à hauteur de 51% sur le marché européen alors que leurs exportations ne représentent pour l'économie communautaire que 2% des achats totaux de l'UE. Cet écart est particulièrement marqué entre les pays du Nord de l'Europe dont les échanges avec les pays du Maghreb sont réduits. Il est important de noter que l'UE enregistre un excédent croissant vis-à-vis des pays maghrébins. Réciproquement, il constitue pour les pays maghrébins leur premier déficit. Par ailleurs, les flux d'investissement des européens à destination du Maghreb ne constituent qu'une part réduite des investissements européens dans le monde. Néanmoins, ils représentent pour la majorité des pays maghrébins, l'essentiel de ceux qu'ils reçoivent.

## 5/ L'étude exploratoire

### 5.1/ Modèle et méthodologie de recherche

#### 5.1.1/ Modèle de recherche

L'étude exploratoire a été réalisée en s'appuyant sur un modèle de recherche explicatif incluant une variable indépendante, une variable dépendante et deux variables modératrices.

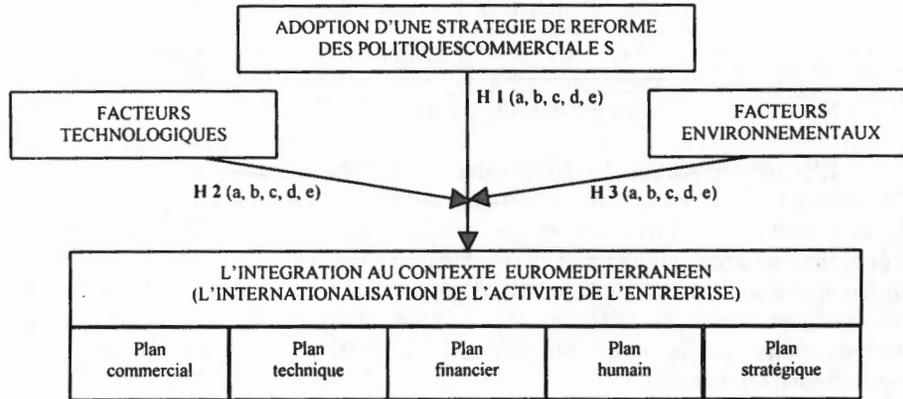


Figure 3 : Modèle de recherche utilisé

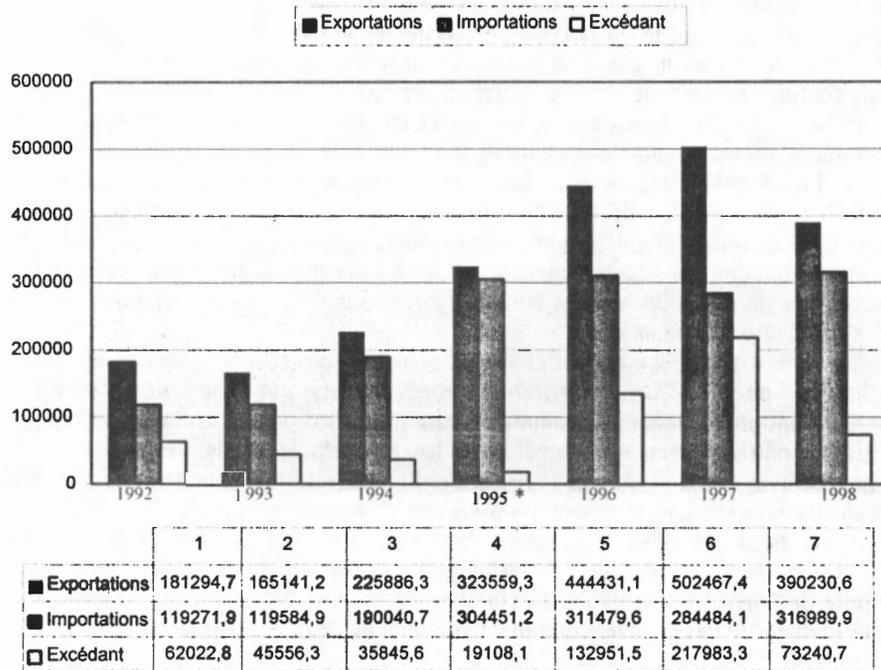


Figure 2 : Evolution du commerce extérieur de l'Algérie avec l'union européen en Millions DA.

Source : Office National des Statistiques

\* à partir de 1995 l'Union Européenne est composée de 15 pays avec l'ajout de la Finlande, l'Autriche et la Suède

### **5.1.2/ Variables et hypothèses**

Les hypothèses proposées établissent des liens de causalité entre quatre construits (variables latentes) : l'adoption d'une stratégie de réforme des politiques commerciales, l'intégration au contexte euro-méditerranéen (l'internationalisation des activités de l'entreprise), la politique de l'entreprise en matière de recherche et développement et la politique environnementale liés à la stratégie d'intégration.

Dans cette étude dix dimensions (Items) de la réforme commerciale sont prises en compte. Par ailleurs, cinq dimensions de la stratégie d'internationalisation des activités de l'entreprise sont considérées. Pour les variables modératrices politique de l'entreprise en matière de recherche et développement et politique environnementale liées à la stratégie d'intégration, elles ont été mesurées par cinq items. (voir annexe page 27).

Hypothèse 1 : l'adoption d'une stratégie de réforme des politiques commerciales a un impact significatif sur l'intégration au contexte euro-méditerranéen.

Hypothèse 2 : les facteurs technologiques influencent positivement le lien entre la stratégie de réforme des politiques commerciales et l'intégration au contexte euro-méditerranéen.

Hypothèse 3 : les facteurs environnementaux influencent positivement le lien entre la stratégie de réforme des politiques commerciales et l'intégration au contexte euro-méditerranéen.

## **5.2/ Méthodologie**

### **5.2.1/ Echantillon**

Dans cette étude, le segment des entreprises exportatrices a été sélectionné. Il englobe des entreprises confrontées à une concurrence intense et pouvant être sujettes à l'influence des variables modératrices mentionnées précédemment. La présente recherche porte sur les secteurs de l'agriculture, pêche, chasse, de l'eau et énergie, des hydrocarbures, des mines et carrières, d'industries sidérurgiques, métallique, mécanique, électronique, de Chimie, caoutchouc, plastiques, d'industries agro-alimentaires, tabacs, allumettes, et d'autres industries diverses (industries des cuirs et chaussures, industries du bois, liège, papier, industrie des cuirs et chaussures, industries textiles, bonneterie, confection). Les entreprises ont été sélectionnées à partir des données existantes sur le site de l'office national des statistiques.

### **5.2.2/ Structure du questionnaire**

Le questionnaire a été adressé à des personnes en charge des activités d'exportation pour chacune des entreprises. Il était important de s'adresser à des responsables spécialistes vu le caractère technique des questions posées. Sur la base de cet échantillon, 40 entreprises ont été contactées, dont 37 ont répondu. Le nombre de réponses utilisables était de 33.

Le questionnaire comportait quatre parties : la première portant sur les politiques de la réforme commerciale, la deuxième sur la mesure du dispositif d'innovation de l'entreprise, la troisième sur les niveaux de prise en compte des politiques environnementales par les entreprises, et la quatrième sur le processus

d'intégration au contexte euro méditerranéen.

Afin de préciser le profil des répondants, des questions d'ordre général ont également été collectées sur le secteur d'activité de la firme, le statut juridique et la taille (en termes de chiffre d'affaires, tranches d'effectif).

### 5.2.3/ Méthode de traitement des données

L'analyse des données a été faite en utilisant la méthode de la *Modélisation d'équations structurelles SEPATH*, (*Structural Equation Modeling SEM*) sous le logiciel STATISTICA (5<sup>ème</sup> version, 1997) sous Microsoft Word. La Modélisation d'Equations Structurelles est une technique d'analyse multivariée très générale, très puissante qui comporte des versions spécifiques d'un certain nombre d'autres approches pour analyser des cas particuliers. SEM permet non seulement de définir les relations entre les différents construits d'un modèle, mais aussi de spécifier les relations existant entre les items composant chacun des construits (construits latents). Au lieu de prendre pour acquis des poids égaux pour chacun des items, l'algorithme de SEM permet au poids de chaque item de varier en fonction de son degré de contribution dans le pointage de la variable latente (K.A. Bollen, 1989)<sup>20</sup>.

## 5.3/ Résultats

### 5.3.1/ Profil des entreprises répondantes

Selon la figure 4 qui représente la répartition des entreprises répondantes selon le secteur d'activités, nous remarquons que 25% des répondants œuvrent dans les industries de sidérurgie, mécaniques, métalliques et électroniques. Un pourcentage de 15% pour l'agriculture, pêche et chasse. 12% pour les industries de mines et les industries chimiques. 9% et 3% pour l'agro-alimentaires et les hydrocarbures respectivement.

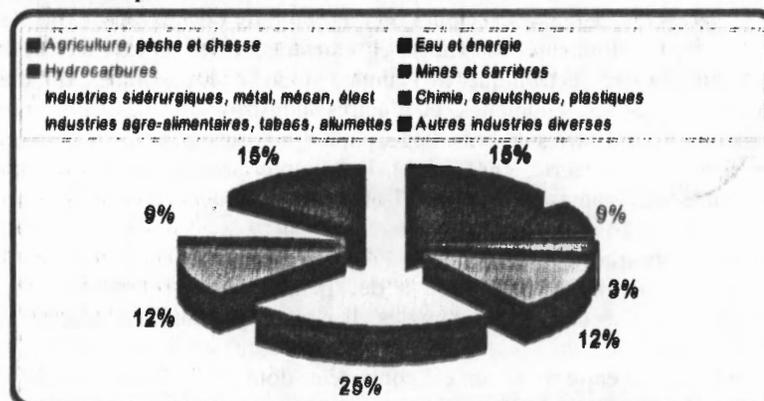


Figure 4 : Répartition des entreprises répondantes selon le secteur d'activité

20- Bollen, K. A. : Structural equations with latent variables. NY : Wiley. A leading, readable text on structural modeling. 1989.

Il est à noter que le secteur public représente un pourcentage intéressant des répondants (58%) dont 43% représente le taux des entreprises publiques nationales et 15% pour les entreprises publiques locales. Le secteur privé représente 39% des entreprises répondantes, (figure 5).

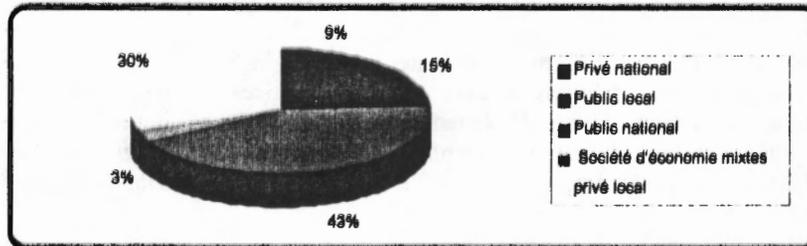


Figure 5 : Répartition des entreprises répondantes selon le statut juridique

Le nombre d'employés et le chiffre d'affaires sont des caractéristiques pertinentes pour analyser la taille et le profil des organisations répondantes. Les répondants sont constitués en grande partie d'entreprises comptant plus de 500 employés (54%) et entre 20 et 100 millions de dinars de chiffres d'affaires (55%) (Figure 6 et 7).

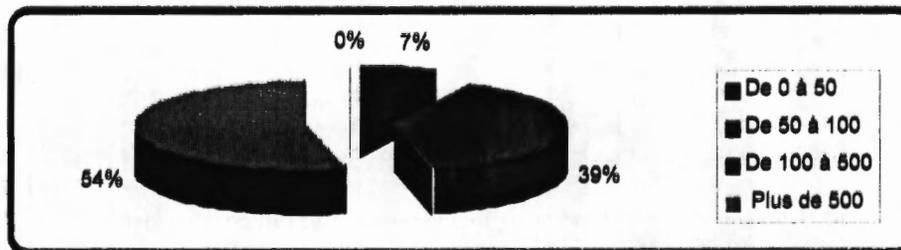


Figure 6 : Répartition des entreprises répondantes selon le nombre d'employés

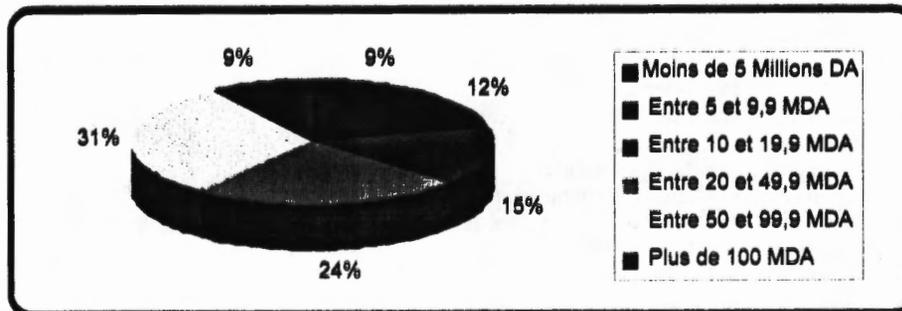
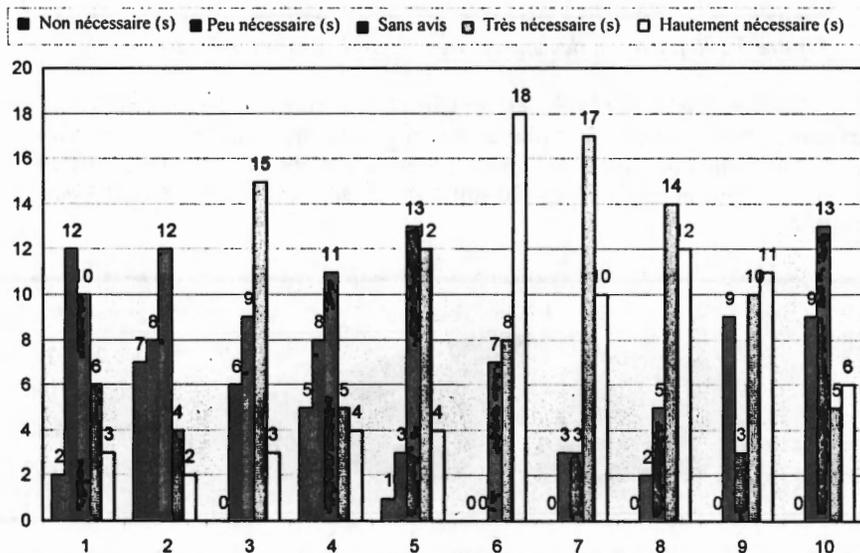


Figure 7 : Répartition des entreprises répondantes selon le chiffre d'affaires

Comme il vient d'être développé dans la première section de ce papier, il existe un certain nombre de critères d'évaluation de la réforme commerciale adoptée par un pays pour développer son commerce extérieur. Les résultats montrent que pour certaines politiques de la réforme, les entreprises algériennes sont totalement conscientes de leur nécessité. A titre d'exemple, 54% des répondants pensent que l'adoption des procédures douanières plus transparentes est hautement ou très nécessaire pour activer le commerce extérieur, 78% et 81% répondent aussi que l'amélioration des conditions d'accès aux crédits (niveaux de garanties exigés, décentralisation des processus de traitement des dossiers, etc.), l'ouverture du capital des sociétés et l'augmentation de l'offre des titres sur le marché financier sont respectivement hautement ou très nécessaires pour une politique commerciale rigoureuse (voir figure 8).



1. Dé-monopoliser le commerce extérieur ;
2. Simplifier le régime des importations ;
3. adopter des procédures douanières transparentes
4. Réduire les biais anti-exportateurs ;
5. Ne pas taxer très fortement les produits agricoles ;
6. Accès à l'endettement bancaire et au capital risque ;
7. Augmentation de l'offre des titres sur le marché financier ;
8. Ouverture du capital des sociétés ;
9. Sécurisation juridique des ententes entre associés ;
10. Réallocation des facteurs sous l'effet de modification des prix relatifs induits par la concurrence extérieure.

**Figure 8 : Niveaux de perception des entreprises répondantes concernant l'importance de certaines politiques de la réforme commerciale**

De nos jours, et vu le monde de concurrence exacerbée, une entreprise qui cherche à survivre et assurer sa pérennité dans son environnement doit essentiellement innover et générer des nouvelles idées stratégiques qui lui permettent d'améliorer la qualité

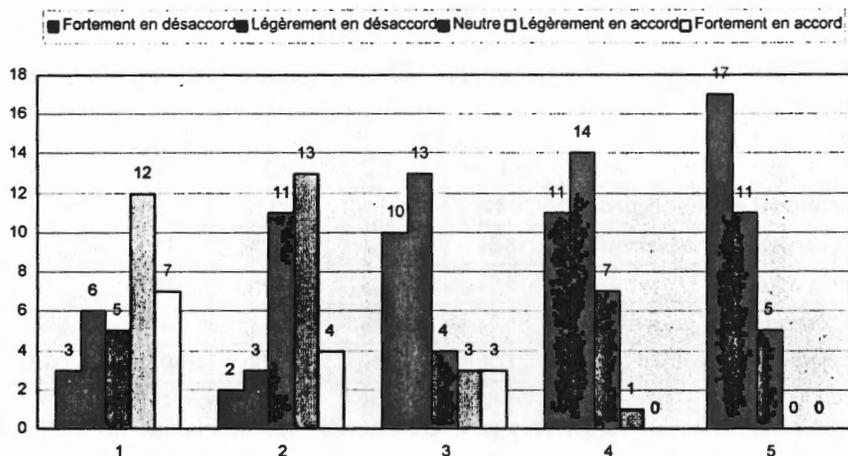
	1	2	3	4	5
<b>Fortement en désaccord</b>	9 %	6 %	30 %	33 %	51 %
<b>Légèrement en désaccord</b>	18 %	9 %	39 %	42 %	33 %
<b>Neutre</b>	15 %	33 %	12 %	21 %	15 %
<b>Légèrement en accord</b>	36 %	39 %	9 %	3 %	0 %
<b>Fortement en accord</b>	21 %	12 %	9 %	0 %	0 %

de ses produits et/ou ses services pour créer une image de marque favorable aux objectifs poursuivis. De ce fait, nous avons essayé de découvrir, à travers le questionnaire, les prédispositions des entreprises répondantes en matière de R&D. 57% des répondants affirment qu'il existe au moins une personne dans l'entreprise

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Non nécessaire (s)</b>	6 %	21 %	0 %	15 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
<b>Peu nécessaire(s)</b>	36 %	24 %	18 %	24 %	9 %	0 %	9 %	6 %	27 %	27 %
<b>Sans avis</b>	30 %	36 %	27 %	33 %	39 %	21 %	9 %	15 %	9 %	39 %
<b>Très nécessaire(s)</b>	18 %	12 %	45 %	15 %	36 %	24 %	51 %	42 %	30 %	15 %
<b>Hautement nécessaire(s)</b>	9 %	6 %	9 %	12 %	12 %	54 %	30 %	36 %	33 %	18 %

chargée de l'amélioration des produits et/ou services vendus à la clientèle. De plus, au niveau de l'entreprise, une part intéressante des répondants (51%) déclarent qu'ils utilisent une infrastructure technique qui améliore la qualité de l'innovation (utilisation des micro-ordinateurs, logiciels, progiciels, etc.). Toutefois, il faut signaler qu'en matière de partenariat avec les autres entités concernées par la R&D (université, centres de recherche, etc.), les répondants pensent que la coopération avec elles est presque absente.

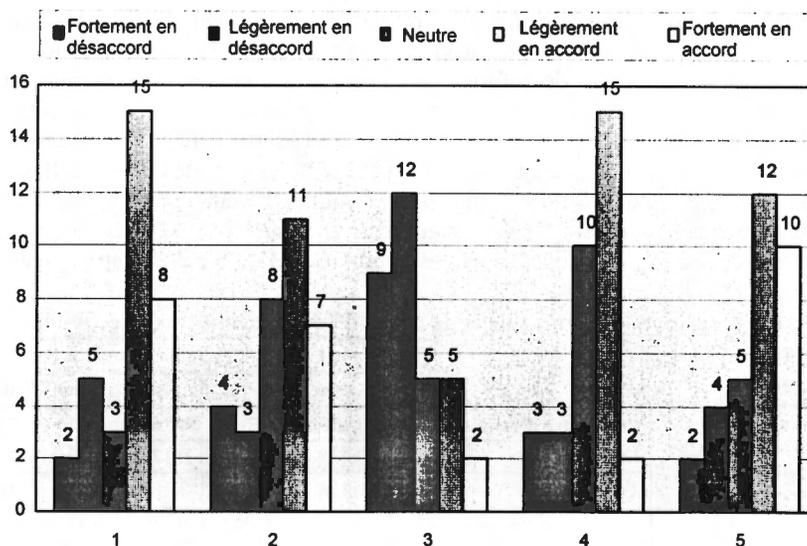
Un dernier élément à considérer est le dépôt régulier des brevets, élément qui est au cœur du concept de l'innovation, une grande majorité (84%) des entreprises répondantes déclarant qu'elles ne déposent pas de brevets, admettant donc qu'elles apportent juste des améliorations à leurs produits et/ou services.



1. La présence d'au moins une personne responsable de la recherche et le développement des produits et services vendus à la clientèle ;
2. L'utilisation d'une infrastructure technique qui favorisent le processus d'innovation dans l'entreprise ;
3. L'instauration d'un partenariat des stratégies scientifiques avec l'université et centres de recherche qui vise à améliorer les produits et procédés industriels et à mettre au point de nouvelles technologies ;
4. Etablir un partenariat de transfert qui permet de céder à l'entreprise, dans les meilleures conditions d'efficacité scientifique et économique, les résultats de projets de recherche initiés par les universités ;
5. Dépôt régulier des brevets.

**Figure 9 :** Etat du processus d'innovation dans les entreprises répondantes

Outre les indices liés à l'innovation, nous avons essayé d'introduire d'autres dimensions qui sont elles aussi nécessaires pour l'entreprise dans son projet d'internationalisation. Il s'agit des rapports existant entre le commerce et la protection de l'environnement pour le développement durable. Bien que le contenu de ces accords soit très vaste, nous avons essayé d'en extraire l'essentiel en cinq mesures (voir annexe page 27). Comme le montre la figure 10, la plupart des aspects environnementaux sont relativement connus et pris en considération par les entreprises répondantes. Environ 70% ont répondu que les produits doivent respecter les critères de protection de la vie et de la santé des hommes, animaux et végétaux. Plus de 50% pensent que les procédés de production contribuent à la préservation des ressources naturelles non renouvelables. 66% affirment qu'il faut respecter les mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS).



1. La protection de la vie et de la santé des hommes, animaux et végétaux ;
2. La préservation des ressources naturelles non renouvelables ;
3. L'accord sur les Obstacles Techniques au Commerce (OTC) ;
4. L'accord sur les mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS) ;
5. L'accord ADPIC sur les Droits de Propriété Intellectuelle en relation avec le Commerce qui encourage les innovations ayant un impact favorable à l'environnement, et qui considère non brevetables certaines inventions dommageables à l'environnement ;

**Figure 10. Niveaux de prise en compte/connaissance des questions environnementales liées à la globalisation des marchés par les entreprises répondantes**

	1	2	3	4	5
<b>Fortement en désaccord</b>	6 %	12 %	27 %	9 %	6 %
<b>Légèrement en désaccord</b>	15 %	9 %	36 %	9 %	12 %
<b>Neutre</b>	9 %	24 %	15 %	30 %	15 %
<b>Légèrement en accord</b>	45 %	33 %	15 %	45 %	36 %
<b>Fortement en accord</b>	24 %	21 %	6 %	6 %	30 %

### 5.3.2/ Vérification des hypothèses de recherche

L'analyse du lien de causalité a permis de démontrer que le construit *Adoption d'une stratégie de réforme des politiques commerciales* a un effet significatif sur les construits d'*Internationalisation des activités de l'entreprise* ce qui nous a permis d'accepter les hypothèses H1(a,b,c,d,e). L'analyse des effets

d'interaction <sup>21</sup> entre les construits modérateurs et indépendant a donné les résultats suivants : La consultation du tableau 6, nous apprend que l'interaction entre l'adoption d'une stratégie de réforme des politiques commerciales et les facteurs technologiques n'a pas d'influence significative sur les construits d'internationalisation commerciale et stratégique signifiant ainsi la validation des hypothèses H2 (b,c,d) et le rejet des hypothèses H2(a,e). De plus, l'interaction entre l'adoption d'une stratégie de réforme des politiques commerciales et les facteurs environnementaux n'est pas significative sur tous les construits d'internationalisation. Par conséquent, les hypothèses H3(a,b,c,d,e) sont rejetées.

**Tableau 6 : Vérification des les liens de causalité dans le modèle de recherche**

		Construits d'internationalisation				
		Comm.	Techn.	Fin.	Humai.	Strat.
Adoption d'une stratégie de réforme des politiques commerciales (H1)	Paramètre d'estimation	0.918	1.350	0.566	1.514	2.727
	Erreur type	0.425	0.237	0.178	0.325	0.366
	T (Student)	2.160	5.697	3.180	4.659	7.451
Facteurs Technologiques	Paramètre d'estimation	-0.885	-0.074	0.139	2.360	0.074
	Erreur type	0.222	0.069	0.159	0.998	0.132
	T (Student)	-3.987	-1.073	0.874	2.365	0.560
Facteurs environnementaux	Paramètre d'estimation	-0.366	-0.622	-1.707	-1.564	-0.548
	Erreur type	0.118	0.264	0.401	0.359	0.168
	T (Student)	-3.102	-2.356	-4.257	-4.356	-3.262
Réfo*Tech (H2)	Paramètre d'estimation	0.046	0.407	0.581	0.406	0.150
	Erreur type	0.066	0.125	0.235	0.089	0.114
	T (Student)	0.697	3.256	2.472	4.562	1.316
Réfo*Envir (H3)	Paramètre d'estimation	0.030	0.140	0.583	0.034	0.147
	Erreur type	0.089	0.124	0.365	0.044	0.111
	T (Student)	0.337	1.129	1.597	0.773	1.324

*T Student significatif : 1.645 (à p=0.05)*

*Les liens significatifs sont désignés en zones ombragées*

21- Pour calculer les effets d'interaction Chin, Marcolin et Newsted\*, appliquent un produit d'indicateurs pour estimer le construit d'interaction. Ainsi, deux groupes de pointages d'interaction ont été calculés en multipliant les pointages de latence de chacun des construits indépendants et modérateurs obtenus à la première étape par le pointage de latence des autres construits (Réfo\*tech, Réfo\*Envir). Ces doublons sont utilisés pour valider les hypothèses H2 (a,b,c,d,e) et H3 (a,b,c,d,e). La validation des hypothèses s'effectue à l'aide du coefficient *T de Student*. Les hypothèses possédant un coefficient *T de Student* supérieur ou égal à 1,645 (à p=0,05) sont considérées comme vraies.

\*- Chin W. W., Marcolin B. L. et Newsted P. R.: Partial Least Squares Latent Variable Modeling Approach from Measuring Interaction Effects: Results from a Monte Carlo Simulation Study and Voice Mail Emotion/Adoption Study. Proceedings of the Seventeenth International Conference on Information Systems, 1996. Disponible sur : <http://www.acs.ucalgary.ca/chin/indx.html>

Quant à la contribution des items dans la formation de leurs construits, le tableau 7 nous permet de constater que certains items ne contribuent pas efficacement à la formation de leur construit. Au Total, 8 items sur 37 sont jugés non représentatifs de leurs construits.

**Tableau 7 : Contribution des items dans la formation de leurs construits**

Construits	Items	Paramètre d'estimation	Erreur type	T (Student)	Poids factoriel
Adoption d'une stratégie de réforme commerciale	DEMCOM	0.303	0.050	6.060	0.845
	SIMIMPO	0.240	0.135	1.777	-0.788
	ADODOUA	0.163	0.080	2.037	0.985
	REANTIEXPO	0.293	0.321	0.913	0.528
	NETAXAGRI	0.268	0.112	2.393	0.902
	ACCBANC	-0.032	0.011	-2.909	0.633
	AUGFINAN	0.688	0.162	4.247	0.822
	OUVERSOCI	0.129	0.065	1.985	0.758
	SECURJRID	-0.263	0.184	-1.430	0.234
REALLOFACT	0.367	0.090	4.078	0.680	
Facteurs technologiques	PERESINNOV	0.210	0.093	2.258	0.922
	UTIFRTECH	0.264	0.088	3.000	0.820
	PARTSTRAUNI	0.714	0.127	5.622	0.709
	PARTRANS	0.101	0.023	4.391	0.905
	DEPOBREV	0.970	0.122	7.951	0.813
Facteurs environnementaux	PROTESAN	0.338	0.154	2.195	0.795
	PRERESSOU	0.496	0.250	1.984	0.801
	ACCOTS	0.037	0.034	1.088	0.129
	ACCOSPS	0.162	0.093	1.742	0.667
	ACCADPIC	0.272	0.085	3.200	0.724
Internationalisation (Plan commercial)	POSIPROD	0.175	0.083	2.108	0.941
	POLIPRIX	-0.068	0.106	-0.641	0.731
	POLIDISTR	0.220	0.064	3.437	0.732
	POLICOMM	0.295	0.123	2.398	0.777
Internationalisation (Plan technique)	TAIMPROD	0.278	0.088	3.159	0.833
	CAPPROD	0.180	0.101	1.782	0.767
	CAOADAP	0.308	0.104	2.961	0.819
	MAIQUAL	-0.114	0.000	--	0.312
Internationalisation (Plan financier)	CAPINVES	0.260	0.063	4.127	0.767
	MARBEN	0.105	0.042	2.500	0.900
	SITUTRESO	0.254	0.085	2.988	0.814
Internationalisation (Plan humain)	EXPREXPO	0.416	0.105	3.962	0.954
	COMPERSO	0.266	0.000	--	0.847
	EFFECXPO	0.281	0.110	2.555	0.701
Internationalisation (Plan stratégique)	DEFIDAS	0.489	0.000	--	0.788
	POSCONCU	0.294	0.077	3.818	0.747
	STRUCONC	0.128	0.063	2.032	0.978

*T Student significatif : 1.645 (à p=0.05)*

*Les items significatifs sont désignés en zones ombragées*

*Poids marqués > 0.700*

### 5.3.3/ Commentaire

La première hypothèse suggérant qu'il existe une relation positive entre l'adoption d'une stratégie de réforme des politiques commerciales et l'intégration au contexte euro méditerranéen a été validée. En effet, pour qu'une entreprise, attirée par l'appât du gain, arrive à étendre son activité au-delà des frontières de l'état, stratégie essentiel pour la croissance et le développement, elle doit tirer avantage de ces politiques de libéralisation du commerce extérieur. Le libre-échange est donc une politique souhaitable pour que l'entreprise se développe parce qu'il favorise une division du travail plus efficace et plus productive, ce qui débouche sur une plus grande prospérité. Selon les économistes libéraux, les données montrent qu'il y a un lien statistique indiscutable entre libéralisation du commerce et croissance économique. Ce lien s'explique par de bonnes raisons : Tous les pays, y compris les plus pauvres, ont des ressources (humaines, industrielles, naturelles, financières) qu'ils peuvent exploiter pour produire des biens et des services destinés à être vendus sur le marché intérieur ou à l'étranger.

Les hypothèses H2 (a,e), qui supposent que la présence de facteurs technologiques influence positivement le lien entre l'adoption d'une stratégie de réforme des politiques commerciales et l'intégration au contexte euroméditerranéen sur le plan commercial et stratégique, ont été rejetées. Cela est plus au moins clair dans la mesure où ce résultat s'explique par le fait que la plupart des entreprises algériennes, que se soit exportatrices ou non, n'intègrent pas *efficacement* dans leurs structures organisationnelles une fonction du marketing chargée de concevoir une politique commerciale adéquate qui va dans le même sens avec les objectifs globaux de l'organisation. Les résultats des études de cas et des enquêtes de terrain réalisées en témoignent. Ainsi, lors de tout effort déployé pour innover ou améliorer les produits existants, il n'existe aucun type de coopération entre la fonction de R&D et la fonction du marketing -en cas de son existence-. Ce point de vue peut se renforcer encore, ce qui est moins prometteur, par une culture de gestion développée par certaines entreprises qui se trouvent dans une situation de marché de monopole total ou presque où la nécessité de présence d'une véritable collaboration entre fonction de marketing et la fonction de R&D se réduit au deuxième rang. Or que dans une économie de marché, ce ne sont pas les entreprises qui mènent, mais les consommateurs. Les succès et les échecs des entreprises résultent de leur capacité à répondre ou non aux attentes des consommateurs. Les consommateurs décident donc de ce qui sera produit, qui le produira, d'où le rôle décisif d'une orientation marché fortement marquée par un dynamisme d'innovation perpétuel. Encore plus, il est clair que les pays incapables d'accéder à l'économie fondée sur les connaissances se trouvent marginalisés de l'économie mondiale. Aujourd'hui, les entreprises recherchent moins des conditions de coûts qu'un environnement stimulant leurs capacités d'apprentissage : main d'œuvre disposant des qualifications spécifiques, présence d'institutions de recherche spécialisées performantes et de concurrents susceptibles de générer des externalités technologiques.

En outre, la non validation de l'hypothèse H2(e) n'est autre que l'expression d'existence d'un mode de gestion entièrement maîtrisé par une approche purement

opérationnelle, un mode de gestion, nous le savons sans doute, peu carriériste pour l'entreprise algérienne et qui reste encore adopté par ses dirigeants. Autrement dit, la dimension stratégique dans la gestion reste totalement absente dans nos entreprises quitte qu'elles prétendent avoir réalisé des plans de développement à long terme caractérisés par une accélération des améliorations et des innovations dans les produits et les services annexes.

Finalement, les hypothèses H3(a,b,c,e) qui suppose que la présence des facteurs environnementaux influence positivement le lien entre l'adoption d'une stratégie de réforme des politiques commerciales et l'intégration au contexte euroméditerranéen sont refusées. En dépit de la connaissance relative et la prise en considération de la plupart des aspects environnementaux par les entreprises répondantes (les accords ADPIC, l'accord sur les mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS), la protection de la vie et de la santé des hommes, animaux et végétaux.) ce qui est certes un facteur de motivation pour l'entreprise algérienne, la question fondamentale ici est de savoir si les produits, emballages, procédés de production, répondent effectivement à ces critères environnementaux. Que les facteurs environnementaux soient pris en compte en est une chose, leur respect et leur application concrète en est une autre. En comparant les résultats de la figure 10 et ceux du tableau 6, nous verrons clairement que nos managers pensent que le respect des normes environnementales est nécessaire alors qu'en réalité ces normes sont mal engagées dans le processus d'internationalisation parce qu'il n'existe aucune convention explicite nationale sanctionnant les entreprises qui ne respectent pas ces normes. La plupart des conventions existantes se portent sur le processus d'échange et l'état du produit sans aucune référence aux procédés de production. Par évidence, une entreprise continue à adopter des processus de production non contrôlés du moment que son produit et sa commercialisation restent sous l'observance des organismes internationaux concernés.

### Conclusion

Il nous paraît maintenant nécessaire de tirer quelques conclusions de ce travail. Ces conclusions débouchent sur un grand, trop grand, nombre de questions, témoins des complexités du sujet traité.

Les résultats de l'étude ont montré que l'intégration au contexte euro méditerranéen implique le recours à une stratégie de réforme des politiques commerciales.

Nous avons par ailleurs pu constater qu'un certain nombre de problèmes étaient effleurés mais peu étudiés par nos interlocuteurs. Par exemple, la question des facteurs environnementaux, c'est-à-dire de la fixation des objectifs en matière de respect des normes de qualité (réel ou perçu) devrait susciter un certain nombre d'interrogations. De même, on sait que la construction d'indicateurs de respect des normes environnementales à partir des réponses des répondants peut générer des biais importants (subjectivité des répondants, les moments auxquels les mesures sont effectuées, etc.). En particulier, elle peut en partie expliquer des écarts entre la situation réelle et la situation perçue. Au total, on peut donc considérer que les répondants sont relativement peu engagés dans le respect des normes

environnementales. *A contrario*, on peut penser que des progrès importants peuvent être faits dans ce domaine, qui, même s'il mal défini, offre aujourd'hui un potentiel d'amélioration substantiel.

Enfin, nous avons commencé ce travail avec trois hypothèses implicites dont la principale était celle de l'existence d'un lien positif entre l'adoption d'une stratégie de réforme des politiques commerciales et l'internationalisation des activités de l'entreprise à travers l'intégration au contexte euroméditerranéen. C'est tout au moins ce que l'on enseigne dans les manuels et les cours du commerce extérieur. Si l'observation de la réalité ne confirme pas ce principe, ne pouvant admettre que les entreprises répandantes font mal leur travail, peut-être faudra-t-il se résoudre à remettre en cause une partie de notre enseignement ?

#### **Synthèse des recommandations**

1. La zone de libre-échange méditerranéenne doit servir de préalable pour une réelle intégration des entreprises algériennes dans l'économie mondiale.
2. Consolider le débat engagé entre l'Union Européenne et les pays tiers méditerranéens sur les aspects strictement commerciaux pour nouer un dialogue sur les considérations technologiques liées à la mise en place de cette ZLE est un objectif de grande importance.
3. Dès aujourd'hui, le plus en amont possible de l'entrée en vigueur effective de la zone, il est urgent de réfléchir à la reconnaissance, dans le processus de libéralisation régionale, des grands principes environnementaux, notamment le principe de précaution et celui de l'approche intégrée, approche qui permet de privilégier non seulement les produits mais les procédés et méthodes de production les moins dommageables à l'environnement.
4. Toutes les parties concernées doivent désormais contribuer à un renforcement des capacités techniques et financières des pays tiers méditerranéens, afin qu'ils participent de manière plus active et plus concertée aux négociations et aux échanges commerciaux multilatéraux, de façon à mieux se faire entendre et à œuvrer à la mise en œuvre au plan multilatéral de règles du jeu favorisant un développement durable pour l'ensemble de la Méditerranée.
5. Les pays Maghrébins doivent projeter d'attirer une part plus intéressante des investissements étrangers par l'élimination des contraintes évidentes : la fragmentation des marchés maghrébins, l'instabilité politique et sociale, les incertitudes économiques, le manque d'infrastructures de transport et de télécommunications, la formation insuffisante de la main-d'œuvre, les infrastructures légales et institutionnelles inadéquates. Tous ces éléments découragent la création de nouvelles entreprises et rendent la région moins attractive pour les investisseurs étrangers.
6. La réussite de la création d'une zone de libre échanges implique à notre avis la mise en place d'un environnement propice, plus fécond, qui peut se réaliser par la conjonction de facteurs économiques (l'ouverture et la compétitivité des économies maghrébines), environnementaux (respects de l'environnement et de la vie humaine), et technologiques (les législations sur la propriété technologique, les politiques publiques en matière de R&D et l'accumulation du capital des savoirs).

## ANNEXE : Items constituant les construits

Construit : Stratégie de réforme des politiques commerciales	Item	Question	Type de mesure
	demcom	Dé-monopoliser le commerce extérieur	Likert 5 pts
	simimpo	Simplifier le régime des importations	Likert 5 pts
	adodoua	Adopter des procédures douanières transparentes	Likert 5 pts
	réantiexpo	Réduire les biais anti-exportateurs	Likert 5 pts
	netaxagri	Ne pas taxer très fortement les produits agricoles	Likert 5 pts
	accbanc	Accès à l'endettement bancaire et au capital risque	Likert 5 pts
	augfinan	Augmentation de l'offre des titres sur le marché financier	Likert 5 pts
	ouversoci	Ouverture du capital des sociétés	Likert 5 pts
	sécurjrid	Sécurisation juridique des ententes entre associés	Likert 5 pts
	réallofact	Réallocation des facteurs de production sous l'effet de modification des prix relatifs induits par la concurrence extérieure.	Likert 5 pts

Construit : Facteurs technologiques	Item	Question	Type de mesure
	peresinnov	La présence d'au moins une personne responsable de la recherche et le développement des produits et services vendus à la clientèle.	Likert 5 pts
	utifrttech	L'utilisation d'une infrastructure technique qui favorisent le processus d'innovation dans l'entreprise (micro-ordinateurs, logiciels, progiciels, etc.).	Likert 5 pts
	partstrauni	L'instauration d'un partenariat des stratégies scientifiques avec l'université et centres de recherche qui vise à améliorer les produits et procédés industriels et à mettre au point de nouvelles technologies.	Likert 5 pts
	partrans	Etablir un partenariat de transfert qui permet de céder à l'entreprise, dans les meilleures conditions d'efficacité scientifique et économique, les résultats de projets de recherche initiés par les universités.	Likert 5 pts
	depobrev	Dépôt régulier des brevets	Likert 5 pts

Construit : facteurs environnementaux	Item	Question	Type de mesure
	protesan	La protection de la vie et de la santé des hommes, animaux et végétaux.	Likert 5 pts
	préressou	La préservation des ressources naturelles non renouvelables	Likert 5 pts
	accots	L'accord sur les Obstacles Techniques au Commerce (OTC)	Likert 5 pts
	accosps	L'accord sur les mesures sanitaires et phytosanitaires (SPS)	Likert 5 pts
	accadpic	L'accord ADPIC sur les Droits de Propriété Intellectuelle en relation avec le Commerce qui encourage les innovations ayant un impact favorable à l'environnement, et qui considère non brevetables certaines inventions dommageables à l'environnement.	Likert 5 pts

	Construit	Item	Question	Type de mesure
Construits : Stratégie d'internationalisation	Plan commercial	posiproduct	Positionnement, gamme, niveau de qualité des produits.	Likert 5 pts
		poliprix	Politique de prix pratiquée.	Likert 5 pts
		polidistr	Modes de distribution maîtrisés, les moyens disponibles pour les mettre en œuvre.	Likert 5 pts
		policomm	Budgets alloués à la communication, techniques de prospection, et publicité.	Likert 5 pts
	Plan technique	taimprod	Taille de l'entreprise et moyens de production disponibles.	Likert 5 pts
		capprod	Capacité de production et maîtrise des coûts de fabrication.	Likert 5 pts
		caoadap	Capacité d'adaptation et flexibilité de l'appareil de production.	Likert 5 pts
		maiqual	Maîtrise de la qualité des produits fabriqués et respect des normes en vigueur.	Likert 5 pts
	Plan financier	capinves	Capacité d'investissement.	Likert 5 pts
		margbén	Marge bénéficiaire et capacités d'exploitation supplémentaires.	Likert 5 pts
		situtrés	Situation de la trésorerie.	Likert 5 pts
	Plan humain	expexpo	Expérience de l'export.	Likert 5 pts
		comperso	Compétences techniques, commerciales et linguistiques détenues par le personnel qui pourront être utilisés dans le cadre du projet export envisagé.	Likert 5 pts
		effecexpo	Effectif disponible et capacité d'embauche du service export.	Likert 5 pts
	Plan stratégique	défidas	Définition du domaine d'activité stratégique DAS.	Likert 5 pts
		posconcu	Détermination de la position concurrentielle et pratique du Benchmarking.	Likert 5 pts
struconc		Analyse de la structure concurrentielle (fournisseurs, clients, nouveaux concurrents, produits de substitution, lutte concurrentielle).	Likert 5 pts	

#### Références bibliographiques

- ACCOMEX, Revue d'Actualités du Commerce Extérieur, N°47, septembre-octobre 2002.
- Adair Philippe : Rétrospective de la réforme agraire en Algérie (1972-1982), Revue du tiers monde, janvier-mars 1983.
- Banque Mondiale, Rapport 1982.
- Bichara K. : Ajustement structurel au Maghreb, revue Alternatives Sud, vol. II, n°3, l'Harmattan, 1995.
- Conférence de Nations Unies sur le Commerce et développement, Rapports du conseil du Commerce et du développement, octobre 1997.
- Djeflat.A. et Zghal.R. : Science, technologie et croissance au Maghreb, réseau Maghtech, 1995.

- GATT, Libéralisation des échanges commerciaux, protectionnisme, et interdépendance, 1997.
- Keadjian G. : La création d'une zone de libre-échange entre l'Union Européenne et le Maghreb, Journée d'études GEMEDEV, CERCA, 1994.
- Messerlin Patrick A. : Commerce international, Puf, 1998.
- Ministère des Affaires Etrangères et du Commerce International, Ottawa (Ontario), Canada : La stratégie commerciale pour l'Afrique, Edifice Lester B. Pearson, 2000.
- Nezeys Bertrand : Commerce international, croissance et développement, 2<sup>ème</sup> édition, Economica, 1990.
- Saâd. M. : Transfer and use of advanced technology in less-developed countries and impact on organisational change and learning : evidence from Algeria, Science Technology & Development, vol. 13 (3), 1995.

**Sites Internet :**

- ONS Office National des Statistiques : <http://www.ons.dz>
- CACI Chambre Algérienne du Commerce et d'Industrie : <http://www.caci.com.dz>
- CCIP Chambre de Commerce de Paris : <http://www.ccip.fr>
- CFCE Centre Français du Commerce Extérieur : <http://www.cfcc.fr>
- FMI Fond Monétaire International : <http://www.imf.org>
- AFCE Association Française pour le Commerce et les Echanges Electroniques : <http://www.afce.asso.fr>