

Les déterminants des PME exportatrices Algériennes : le cas des PME de la wilaya d'Oran

- RAHMANI Yamina *

Résumé :

L'objectif de notre recherche consiste à discerner les principaux déterminants qui mènent les PME à s'engager dans une stratégie d'exportation. 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, PME oranaises, l'exportation, le propriétaire-dirigeant, caractéristiques des PME, l'environnement externe.

ملخص:

إن الهدف من هذا البحث هو تحديد العوامل التي تؤثر على قرار التصدير عند المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ميدانيا. فبعد عرض أهم العوامل الرئيسية التي تدفع هذه المؤسسات إلى التصدير، تم إجراء دراسة على عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية وهران. على ضوء هذه الدراسة يمكننا أن نستنتج أن العوامل التي يبدو أنها تفسر بشكل أفضل صادرات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية وهران تتمثل في: الطلب الأجنبي مدعم بالميزات الشخصية لمالكي المؤسسات، قطاع النشاط، شبكات المؤسسة، دعم السلطات، أهمية التجديد، الموارد والكفاءات وفي الأخير يأتي دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

الكلمات المفتاحية : المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية وهران، التصدير، الخصائص الداخلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المميزات الشخصية لمالكي المؤسسات، العوامل البيئية الخارجية.

* Doctorante en Management, Université d'Oran 2 , aminarahmani@ymail.com

Introduction :

L'Algérie est un pays qui malgré les excédents de sa balance commerciale, se caractérise par une prépondérance quasi absolue des hydrocarbures, elles représentent l'essentiel des exportations Algériennes à l'étranger avec une part de 94%. La dépendance excessive vis-à-vis des exportations pétrolières est un problème essentiel pour l'économie Algérienne. Plus généralement, l'économie Algérienne souffre d'un manque global de compétitivité vis-à-vis du reste du monde. Dans ces conditions, la question du développement des exportations des PME algériennes apparaîtrait comme une des solutions à ces difficultés. En effet, 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] »*⁽¹⁾. 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.

L'objectif de notre recherche 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 trois 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 décrirons la méthodologie utilisée dans la recherche. Et enfin la troisième 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.⁽²⁾

↳ 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, développé par John Harry Dunning en 1988, met l'accent sur trois types d'avantages pour expliquer l'internationalisation OLI :

➤ 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)⁽³⁾.

↳ 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 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⁽⁴⁾. 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 étapiste, 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. Cinzkota (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⁽⁵⁾.

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 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.* »⁽⁶⁾

↳ La manière de s'internationaliser retracée par l'approche étapiste n'est pas la seule envisageable. Les PME qui n'ont pas attendu d'acquérir 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 étapiste. Pour ces entreprises, le processus d'internationalisation est rapide et ne suit pas la dynamique incrémentale postulée par le modèle étapiste.⁽⁷⁾

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 à 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. »⁽⁸⁾

De son côté, Scherrer Sylvie confirme l'existence d'un certain seuil, en termes de ressources financières et humaines, en dessous duquel les entreprises ne se risqueraient pas à exporter. Au-delà de ce seuil, qui se situe autour de 200 salariés, c'est d'abord les autres caractéristiques des entreprises qui détermineraient leur décision d'exporter⁽⁹⁾.

↳ **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. L'impact du secteur est confirmé par Buigues P-A et Lacoste D, ces autres montrent, sur un échantillon de PME européennes, que les PME manufacturières, du commerce, du secteur de transport et de communication sont les plus actives en matière d'exportation⁽¹⁰⁾.

↳ **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.⁽¹¹⁾

↳ **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.* »⁽¹²⁾

↳ **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.⁽¹³⁾

↳ **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 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. Le niveau de scolarité atteint par le dirigeant est donc suggéré comme facteur affectant positivement la propension d'une PME à exporter.

↳ **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.⁽¹⁴⁾

↳ **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 réponde activement aux changements de l'environnement et qui prenne des initiatives avant ses concurrents est un atout de premier ordre.⁽¹⁵⁾

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 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.⁽¹⁶⁾

↳ **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. Méthodologie :

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. Les questionnaires ont été administrés sur terrain selon le type face à face. L'enquête et traitements des données ont été réalisés à partir du 22 Juin 2014 jusqu'au 27 Août 2014.

Et pour effectuer le choix de notre échantillon, nous avons appliqué un échantillonnage de type aléatoire simple, nous nous sommes appuyés sur le répertoire d'entreprises disponible établi par la CCIO, le fichier des principaux exportateurs algériens fourni par la CAGEX ainsi que l'annuaire des exportateurs algériens fourni par le CNIS et publié sur le site de l'ALGEX.

Notre échantillon initial était composé de 50 entreprises, dont 16 sont des entreprise 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 des 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.

Afin de dépouiller l'ensemble des données collectées dans le cadre de notre enquête, nous avons procédé au traitement

informatisé de celles-ci. Les données recueillies pour chaque questionnaire ont été codées et insérées sur le tableur Excel avec le tri à plat qui nous a donné des tableaux de fréquence, ces tableaux permettent d'observer et comparer les données de chaque groupe de notre échantillon.

3. Présentation et interprétation des résultats :

3.1. 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.

3.2. 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.

3.3. Les facteurs environnementaux :

Tableau 3 : L'influence des facteurs environnementaux

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

3.4. Les freins à l'export :

Tableau 4 : Les freins à l'export

Les raisons qui justifient le fait que les PME ont décidé de mettre fin aux activités d'exportation	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%
Les raisons qui justifient le fait que les PME n'exportent pas	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.

4. 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 :

¹ Sylla K, « *Les déterminants de la stagnation des micro et petites entreprises béninoises* », revue africaine de gestion, N°4 Avril 2013, P1.

² 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, P 138.

³ Laghzaoui S, « *Internationalisation des PME : Pour une relecture en termes de ressources et compétences* », 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, 25, 26, 27 octobre 2006, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, P3.

⁴ Amelon J-L et Cardebat J-M, Op.cit, P 143.

⁵ Levratto N, « Les PME: Définition, rôle économique et politiques publiques », De Boeck, 2009, P 119.

⁶ JANSSEN F, « *Entreprendre: Une introduction à l'entrepreneuriat* », De Boeck Supérieur, 2009, P 208.

⁷ Abdellatif M et Jean-Amans C, « *Le choix des modes d'entrée capitalistiques des PME sur les marchés étrangers : exploration de déterminants potentiels* », 15^{ème} Congrès de l'Association Internationale de Management Stratégique, Nantes, 7-8-9 juin 2011, P 3.

⁸ 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.

⁹ SCHERRER S, « La taille des entreprises détermine-t-elle à elle seule leur comportement d'exportation ? », In: *Economie et statistique*, N°319-320, Décembre 1998, P 16.

¹⁰ Buigues P-A et Lacoste D, « *Stratégies d'internationalisation des entreprises : Menaces et opportunités* », De Boeck, 2011, P 27.

¹¹ Pantin F, « *Le rôle des compétences de l'équipe dirigeante au sein du processus d'internationalisation : étude d'une moyenne entreprise française* », *Management & Avenir*, N° 2, 2004, P 134.

¹² St-pierre J et al, « *Le rôle des TIC sur le degré d'exportation des PME : une étude exploratoire* », 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Haute école de gestion (HEG) Fribourg, Suisse, 25, 26, 27 octobre 2006, P 3.

¹³ Buigues P-A et Lacoste D, *Op.cit*, P 289.

¹⁴ *Idem*, P 288.

¹⁵ *Idem*, P 288.

¹⁶ CROUE C, « *Marketing international* », 4^{ème} édition, De Boeck, 2003, P 136.