

## Les Barrières à l'export: Essai d'analyse de la Situation des Entreprises Algériennes hors Hydrocarbures

### Export Barriers: An Analysis of the Situation of Algerian Non-Hydrocarbon Companies

#### عراقيل التصدير: تحليل حالة الشركات الجزائرية خارج المحروقات

نصيرة عروش (\*)

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

جامعة مولود معمري، تيزي وزو – الجزائر

مهند شيتي (\*\*)

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية – الجزائر

Nacera ARROUCHE (\*)

Faculté des Sciences Economiques, Sciences Commerciales et Sciences de Gestion. Université de Mouloud MAMMERI, Tizi-Ouzou; Algérie.

Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences. Mouloud MAMMERI University, Tizi-Ouzou; Algeria

Mohand CHITTI (\*\*)

Faculté des Sciences Economiques, Sciences Commerciales et Sciences de Gestion. Université de Abderrahmane MIRA, Béjaia; Algérie.

Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences. Abderrahmane MIRA University, Bejaia; Algeria

*Received: 10.12.2016 & Accepted: 08.12.2017*

تقدم للنشر في: 2016.12.10 & قبل للنشر في: 2017.12.08

**Résumé :** L'objectif de cet article est de montrer qu'en dépit de la volonté affichée par les pouvoirs publics algériens en matière de promotion des exportations hors hydrocarbures, les entreprises exportatrices demeurent confrontées à de nombreuses contraintes entravant leur développement à l'international. Ces barrières sont liées aussi bien au manque de ressources et compétences requises à l'export qu'à leur environnement local/international contraignant. Les résultats de notre enquête auprès des entreprises exportatrices soulignent également les efforts qui devraient être consentis en matière d'accompagnement de ces entreprises dans la conquête des marchés étrangers, car de nombreux exportateurs estiment que le dispositif actuel d'appui à l'export demeure peu adapté à leurs besoins et attentes.

**Mots clés :** Exportations Hors Hydrocarbures, Barrières à L'export, Dispositif de Soutien à L'export, Algérie.

**Jel Classification Codes :** D21, L26, L38.

**Abstract:** In this paper, we have tried to highlight that, despite the willingness displayed by the Algerian authorities to promote non-hydrocarbon exports, exporting companies still face many barriers hampering their international development. These barriers are linked both to the lack of resources and skills required for exports and to their local/ foreign constraining environment. The results of our survey of exporting companies also highlight the efforts that should be made to assist these companies in the conquest of foreign markets, as many exporters believe that the current system of export support remains limited adapted to their needs and expectations.

**Keywords:** Non-Hydrocarbon Export, Export Barriers, Export Support, Algeria.

**Jel Classification Codes :** D21, L26, L38.

**ملخص :** الغرض من هذه المقالة هو إظهار أنه على الرغم من رغبة الحكومة الجزائرية في تشجيع الصادرات خارج المحروقات إلا أن الشركات المصدرة لا تزال تواجه قيودا عديدة تحد من تطويرها دوليا. وترتبط هذه الحواجز بنقص الموارد والمهارات المطلوبة للتصدير وبيئته المحلية / الدولية الصارمة. كما تسلط نتائج البحث لدى الشركات المصدرة الضوء على الجهود التي يجب بذلها لدعم هذه الشركات في غزو الأسواق الخارجية، لأن العديد من المصدرين يعتقدون أن الجهاز الحالي لدعم الصادرات يبقى أقل توافقا مع احتياجاتهم وتوقعاتهم.

**الكلمات المفتاح :** صادرات خارج المحروقات، عراقيل التصدير، نظام دعم الصادرات، الجزائر.

**تصنيف JEL:** D21، L26، L38.

## I- Introduction :

Fonctionnant selon une logique de rente pétrolière, l'Algérie cherche par ailleurs à opérer une transformation de son économie pour sortir de la mono-exportation et de la dépendance vis-à-vis de la volatilité des prix du pétrole brut. En effet, les exportations des hydrocarbures continuent à constituer la part la plus importante des exportations globales. Cette dépendance vis-à-vis des ressources pétrolières constitue un handicap majeur de l'économie algérienne. Ainsi, l'ouverture accélérée de l'économie nationale a entraîné deux principaux faits, d'une part l'explosion des importations et d'autre part la faiblesse des exportations hors hydrocarbures.

Le phénomène de la mondialisation caractérisé par une forte réduction des entraves aux échanges et une diminution des coûts de transport, de communication et d'information, offre de nombreuses opportunités. Cependant, pour de nombreuses entreprises notamment les petites et moyennes entreprises (PME), les frontières nationales constituent toujours un important obstacle à l'expansion de leur activité, elles se tournent largement, voire exclusivement, vers leur marché domestique. Plus préoccupant encore, les entreprises nationales n'envisagent toujours pas de s'internationaliser, notamment en raison de nombreuses contraintes qui les dissuadent de s'aventurer sur les marchés étrangers. Mais pour remédier à cette situation, les pouvoirs publics algériens ont instauré une panoplie de dispositifs visant à soutenir les entreprises dans leur démarche d'exportation. Ainsi, de nombreux programmes d'aide sont consacrés à la promotion des exportations nationales.

Dans ce présent article, nous envisageons une analyse des barrières à l'export auxquelles sont confrontées les entreprises algériennes et, nous tenterons d'apprécier l'efficacité de la politique publique de soutien aux entreprises exportatrices en s'interrogeant sur l'appui reçu et celui souhaité par les entreprises enquêtées.

Pour ce faire, nous nous livrerons dans un premier temps aux révisions des principales études théoriques et empiriques sur les barrières à l'exportation, pour ensuite transposer cette revue sur le cas des entreprises algériennes et en tirer conclusion sur l'appui actuel et les ajustements qu'il faut nécessairement apporter afin de fournir un soutien adéquat et adapté aux besoins effectifs des entreprises exportatrices algériennes.

## **II-Les barrières à l'export: revue de la littérature.**

L'exportation est considérée comme la forme la plus commune, facile et rapide de l'internationalisation des petites et moyennes entreprises en comparaison avec d'autres formes de développement international. Elle comporte moins de risques et requiert moins de ressources (Arteaga-Ortiz et Fernández-Ortiz, 2008)<sup>1</sup>.

De plus, l'exportation est source de plusieurs retombées positives, au niveau macroéconomique cette opération entraîne les entrées de devises, le renforcement de la compétitivité internationale du pays, et la création de postes d'emplois. Quant au niveau de l'entreprise elle-même, les avantages sont encore plus substantiels en termes d'augmentation de chiffre d'affaires, de l'amélioration de la rentabilité de l'entreprise, du renforcement des compétences à l'export, et de l'amélioration de la qualité des produits offerts par l'entreprise grâce aux efforts déployés en matière de recherche et développement.

Néanmoins, cette voie d'internationalisation demeure jonchée d'obstacles et de barrières susceptibles d'empêcher l'entreprise exportatrice de porter ses fruits sur les marchés qu'elle souhaite pénétrer. Plusieurs travaux empiriques ont mis en évidence ces obstacles bien que ceux-ci portent des limites notamment du fait qu'ils n'examinent pas l'impact de chacune des barrières sur le développement de l'entreprise à l'export.

Avant d'exposer les principales barrières auxquelles se heurtent les dirigeants d'entreprises, nous rappelons la définition de ce concept « Barrière » telle qu'elle est donnée par Leonidou (1995, p.31)<sup>2</sup>

« Tout obstacle d'attitude, de structure, opérant, ou toute autre entrave rendant difficile ou freinant la volonté de l'entreprise de commencer, de développer ou de maintenir une activité internationale ». L'auteur distingue également les barrières internes relatives aux ressources et compétences des entreprises et donc à l'organisation et à la stratégie interne de l'entreprise, et les barrières externes inhérentes à l'environnement national et international.

**Arteaga-Ortiz et Fernández-Ortiz (2008)**<sup>3</sup> confirment qu'une barrière à l'export peut être perçue comme tout facteur ou élément, interne ou externe à l'entreprise et qui peut représenter un obstacle dissuadant l'entreprise de commencer, de développer ou de maintenir son activité à l'export.

Nous exposerons ci-après les principales barrières à l'export identifiées dans la littérature. Ces dernières peuvent être classées en deux catégories, les barrières internes intrinsèques à l'entreprise, ses ressources et ses compétences. Et les barrières externes liées à l'environnement externe de l'entreprise (**Leonidou**, 1995)<sup>4</sup>. L'auteur ajoute qu'il est possible de distinguer deux types de barrières externes, celles inhérentes aux marchés étrangers que l'entreprise cible et celles relatives à l'environnement local dans lequel elle opère.

#### **a- Les barrières internes liées aux ressources et compétences des entreprises:**

Plusieurs barrières internes ont été recensées par la littérature portant sur le déploiement international des entreprises notamment les PME. De nombreux travaux ont identifié celles liées au **manque de connaissances** en incluant celles relatives au manque d'informations et à la possibilité pour l'entreprise d'identifier les marchés à cibler à l'export. Le premier à avoir étudié les barrières à l'export est **Aharoni (1966)**<sup>5</sup>, il a constaté que le manque de connaissances est un obstacle majeur dans la démarche de pénétration d'un marché étranger. **Bilkey et Tesar (1977)**<sup>6</sup> ont recensé comme barrières les difficultés des entreprises à identifier les opportunités sur les marchés étrangers et à comprendre les pratiques commerciales étrangères. **Suarez-Ortega (2003)**<sup>7</sup> appuie les résultats de ces auteurs en soulignant les barrières dues au manque de connaissance des marchés potentiels à l'export, et la démarche à entreprendre afin d'y pénétrer. De même que **Dusoye et al., (2013)**<sup>8</sup> ont pointé les difficultés de l'entreprise à identifier les distributeurs étrangers appropriés.

**Johanson et Valhne (1977)**<sup>9</sup> quant à eux distinguent les connaissances spécifiques aux marchés étrangers et les connaissances générales dont doit disposer l'entreprise afin de réussir sur les marchés. D'autres barrières sont aussi mises en évidence, il s'agit de la méconnaissance des bénéfices économiques et non économiques que l'activité de l'exportation peut apporter à l'ensemble de l'entreprise (**Gripsrud, 1990**)<sup>10</sup>. En ce qui concerne le soutien à l'export **Rocha et al., (2008)**<sup>11</sup> ont d'ailleurs souligné la nécessité pour les gouvernements nationaux de mettre en œuvre des dispositifs de soutien efficaces à l'export afin de stimuler cette activité au niveau des entreprises nationales.

D'autres études portant sur les activités d'exportation ont souligné d'autres barrières liées aux **ressources et compétences** requises à l'export. En effet, selon **Leonidou (1995)**<sup>12</sup> l'une des barrières auxquelles font face les entreprises qui souhaitent exporter est la difficulté à accéder et à obtenir les ressources nécessaires pour financer leurs opérations d'exportation.

L'étude menée par **Crick et al., (1998)**<sup>13</sup> sur les obstacles perçus par les exportateurs saoudiens hors hydrocarbures montre que l'insuffisance des capacités de production, les coûts élevés de la main d'œuvre qualifiée, le manque de compétences et de l'expérience à l'export sont autant d'éléments qui entravent l'entreprise d'accéder à des marchés étrangers. **Julian et Ahmed (2005)**<sup>14</sup> appuient ces résultats en indiquant que l'insuffisance du personnel qualifié et spécialisé capable de gérer et de mener à bien cette activité internationale de l'entreprise demeure une barrière majeure à l'export. Ils ajoutent le manque de capacités dédiées pour continuer à desservir le marché de l'exportation.

**Larges** (2000)<sup>15</sup> souligne que le manque des compétences managériales requises pour réussir à l'export constituent souvent un obstacle pour les entreprises. Son étude fait ressortir que ces compétences managériales, la présence des spécialistes en commerce international et leur maîtrise des langues étrangères sont des éléments positivement associés à la performance à l'export. **Cavusgil et al.**, (1979)<sup>16</sup>, quant à eux, ont soulevé que l'absence d'une structure formelle dédiée à l'exportation au sein de l'entreprise est un obstacle qui caractérise les entreprises faiblement engagées à l'export.

**Julian et Ahmed** (2005)<sup>17</sup>, évoquent aussi l'obstacle lié aux coûts élevés engendrés par la nécessité d'adapter les produits de l'entreprise pour répondre aux préférences des clients étrangers. De même que **Bilkey et Tesar** (1977)<sup>18</sup> mentionnent que le non respect des normes relatives aux produits, à la consommation et les différences dans les habitudes d'utilisation des produits dans les pays étrangers rend inappropriés les produits offerts par l'entreprise à l'export. L'étude de **Westhead et al.**, (2002)<sup>19</sup> révèle que de nombreux entrepreneurs et leurs firmes ne sont pas motivés à s'aventurer sur les marchés internationaux car ils ne disposent pas de ressources nécessaires, ils évoquent entre autres le manque de capacités de production.

Les obstacles identifiés précédemment sont considérés dans la littérature sur l'exportation comme des difficultés qui sont repérées au niveau interne de l'entreprise. Toutefois, d'autres obstacles susceptibles d'empêcher l'entreprise d'initier ou de développer cette activité sont inhérents à son environnement externe contraignant. Ces obstacles sont liés soit aux caractéristiques des marchés extérieurs soit à l'environnement réglementaire, politique ou institutionnel dans lequel évolue l'entreprise.

#### **b- des barrières exogènes liées à l'environnement externe:**

**Moini** (1997)<sup>20</sup> dans son étude a pu identifier les principaux obstacles perçus comme importants et difficiles à surmonter, il argue que le manque de maîtrise de la documentation et des démarches requises pour l'activité d'exportation est l'un de ces obstacles. **Arteaga-Ortiz et Fernández-Ortiz** (2008)<sup>21</sup> pointent quant à eux, les difficultés engendrées par les différences culturelles et linguistiques des pays où l'entreprise envisage d'exporter. Ils précisent qu'il convient de considérer séparément les différences culturelles et linguistiques, car bien qu'il s'agisse de concepts généralement liés, dans le domaine de l'export, la proximité linguistique de certains marchés n'est pas toujours assortie d'une proximité culturelle. Selon ces auteurs, cet écart peut s'avérer important, surtout en ce qui concerne la culture d'entreprise.

Aussi, **Khattak et al.**, (2011)<sup>22</sup> évoquent les barrières socioculturelles qui naissent de la difficulté des entreprises à se familiariser facilement avec les pratiques commerciales des pays étrangers. Ils mettent également en exergue les barrières relatives aux droits de douane élevés et aux quotas d'importation instaurés dans les marchés étrangers.

De plus, les entreprises se heurtent souvent à de nouveaux types de risques qui engendrent des coûts importants pouvant affecter négativement la performance de l'entreprise à l'export. **Dornbusch et al.**, (1998)<sup>23</sup> ont soulevé une autre barrière exogène relative à la valeur élevée de la monnaie nationale par rapport à celle des marchés étrangers ciblés, ce qui se traduit par des prix élevés à l'exportation, cela entraîne en conséquence une baisse de la demande pour ces produits.

L'intensité de la concurrence sur les marchés d'exportation est perçue également comme une barrière qui se heurte aux entreprises dans leur stratégie d'exportation. En effet, **khattak et al.**, (2011)<sup>24</sup> dans leur étude menée sur les problèmes à l'export des PME pakistanaises, montrent que ces entreprises doivent faire face à la rude concurrence d'autres entreprises en provenance d'autres pays et qui proposent des produits à des prix plus avantageux.

Dans la littérature consacrée aux activités internationales des firmes, il est reconnu que les opportunités d'affaires à l'international demeurent plus risquées que celles qui se présentent sur le marché domestique.

Néanmoins certains facteurs contraignants inhérents à l'environnement national de l'entreprise ont été révélés par de nombreuses études. En effet, l'absence ou la faible assistance du gouvernement aux entreprises afin de surmonter les obstacles à l'export ainsi que le manque d'incitations fiscales accordées aux entreprises exportatrices sont des barrières exogènes majeures identifiées dans la littérature existante sur le marketing à l'exportation. De plus, l'exportation est un processus comprenant plusieurs étapes et chacune d'elles présente des problèmes spécifiques (**Julian et Ahmed**, 2005)<sup>25</sup>. De ce fait, les dispositifs d'appui à l'export doivent être adéquats et répondre à chacun des besoins des entreprises exportatrices. **Raff et Kim** (1998)<sup>26</sup> soulignent que l'assistance du gouvernement aux exportateurs pourrait leur faciliter la pénétration des marchés étrangers. Ils évoquent à ce sujet l'appui à l'export à travers notamment la communication et la fourniture des informations sur les marchés étrangers ainsi que les subventions accordées à l'export. Ces dernières sont nécessaires en particulier lorsque les tarifs à l'importation dans les pays étrangers sont élevés. **Julian et Ahmed** (2005)<sup>27</sup> précisent que sans cet appui à l'export, certaines entreprises auront du mal à percer sur les marchés étrangers, et l'absence de ce soutien agit comme une barrière à l'export.

**Fatemeh et Mokshapathy** (2012)<sup>28</sup> soulignent que les organismes de promotion des exportations doivent eux-mêmes comprendre pertinemment les obstacles auxquels font face les entreprises afin de leur fournir un meilleur appui pour les surmonter. Les auteurs ajoutent que les gouvernements ou les associations professionnelles devraient explorer les possibilités de renforcer les capacités techniques des PME. De même que ces dernières devraient collaborer étroitement avec leurs gouvernements afin d'identifier précisément les obstacles relatifs à leur activité de l'export.

**khattak et al.**, (2011)<sup>29</sup> mettent en exergue les barrières liées à l'environnement politique, économique, et technologique des entreprises exportatrices. Selon eux, dans des conditions économiques défavorables, il est difficile pour ces entreprises d'investir et de renforcer leur capacité d'exportation. En ce qui concerne l'environnement politique, les auteurs évoquent l'instabilité politique dans les pays exportateurs mais également l'ensemble des règles strictes qui régissent les opérations d'exportations et qui, par conséquent, ébranle la confiance des importateurs et/ou partenaires étrangers des entreprises exportatrices.

**Hyari et Abutayeh** (2011)<sup>30</sup> dans leur étude portant sur la performance à l'export et les activités manufacturières dans les PME jordaniennes en se focalisant sur l'étude des barrières à l'export en relation avec le niveau de leur activité, ont démontré l'existence d'une relation fortement négative entre la performance de ces entreprises à l'export et les barrières à l'export en particulier celles liées à leur environnement national contraignant. En outre, les résultats de leur étude montrent que ces entreprises peuvent jouer un rôle important dans le développement industriel et économique national si les politiques publiques ambitieuses de soutien à l'export sont mises en place afin de lever ces barrières à l'export.

Toujours dans le même ordre d'idées, **Truett and Truett** (1994)<sup>31</sup> font savoir que les programmes d'aide à l'export contribuent positivement au renforcement de la position concurrentielle des entreprises. De même que **Gençtürk et Kotabe** (2001)<sup>32</sup> concluent que l'utilisation des programmes d'appui à l'export est un facteur de succès important.

D'autres travaux se sont penchés sur l'étude de l'effet de la qualité des institutions d'appui à l'export sur la performance et le développement de l'activité de l'exportation des entreprises. En effet, **LiPuma et Doh** (2011)<sup>33</sup> affirment que certaines entreprises notamment les PME qui souffrent de l'insuffisance des ressources financières, trouvent des difficultés à contourner les barrières qu'impose leur environnement institutionnel. De même qu'en présence d'institutions faiblement efficaces, la volonté de ces entreprises d'investir leurs ressources est souvent compromise.

**LiPuma et Doh** (2011)<sup>34</sup> précisent également que la qualité des institutions est en général un élément important de développement des entreprises exportatrices. Ils mettent en

exergue que les décideurs politiques et les investisseurs privés doivent procéder ensemble à l'examen des institutions lors des réformes, et des décisions pour améliorer le climat des affaires afin de stimuler les entreprises. En termes de financement, ces auteurs observent que la présence d'institutions de financement efficaces a un effet positif important sur la performance à l'export des entreprises nationales. Il en va de même pour la réglementation fiscale et l'efficacité des administrations qui s'en chargent de leur bonne application.

Ainsi, l'exportation est une démarche qui implique plusieurs intermédiaires notamment publics y compris les services des douanes. Il semble donc logique que la qualité des prestations de ces services ait un effet considérable sur la confiance des entreprises exportatrices.

Nous allouons la deuxième partie de notre article à l'analyse des barrières qui entravent le processus d'exportation des entreprises algériennes, et cela après l'exposé des dispositifs mis en place par les pouvoirs publics et qui s'inscrivent dans la politique nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures.

### **III- Le soutien aux exportations hors hydrocarbures en Algérie : le dispositif réglementaire institutionnel:**

Afin de contrer l'ensemble de ces contraintes, les pouvoirs publics algériens ont mis en place des mesures et dispositifs dans le cadre de la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures ; nous évoquons principalement les appuis suivants :

➤ **Les incitations fiscales et les régimes douaniers** considérés comme une nécessité au développement du professionnalisme en matière d'exportation, elles concernent essentiellement : les exonérations en matière d'impôts directs, exonérations en matière de taxes sur le chiffre d'affaires, les régimes douaniers suspensifs à l'exportation (admission temporaire, réapprovisionnement en franchise...)

➤ **Dispositif institutionnel:** plusieurs organismes chargés d'appuyer les entreprises exportatrices ont été créés, nous présenterons les principaux dans la figure (1).

De nouvelles mesures ont été également introduites ces dernières années visant à renforcer l'appui public mobilisé à l'export (**Algex**, 2011)<sup>35</sup>, nous citons principalement :

-la refonte du Fonds Spécial Pour les Exportations « FSPE » dans le cadre de la Loi de Finances Complémentaire pour 2007. Cette refonte a comporté plusieurs rubriques entre autres : la prise en charge de certaines dépenses à l'export : **80 %** des frais engagés pour la participation aux foires et expositions inscrites au programme officiel de la participation de l'Algérie, **50 %** des frais de transport international des produits agricoles périssables à l'exception des dattes.

-le conseil de la monnaie et du crédit s'est réuni en session ordinaire, le 19 octobre 2011, sous la présidence de Monsieur Mohamed LAKSACI, gouverneur de la Banque d'Algérie a examiné et édicté un règlement au délai de rapatriement des recettes des exportations hors hydrocarbures qui était de 120 jours pour passer à 180 jours.

-la généralisation du couloir vert au niveau des douanes au profit des exportateurs hors hydrocarbures ;

- l'allègement des procédures de remboursement de la TVA au profit des exportateurs.

Il est important de noter qu'en dépit des efforts consentis en matière de promotion des exportations hors hydrocarbures, celles-ci n'ont toujours pas pu amorcer le mouvement de diversification.

Pourtant, il est fortement admis que les exportations hors hydrocarbures constituent le plus important facteur de croissance économique pour l'Algérie. Il est donc tout à fait approprié que ces exportations augmentent d'année en année. Cependant, en dépit des efforts précédemment cités, la participation des entreprises notamment les **PME** dans les exportations algériennes est trop faible; tout en déplorant un manque d'expertise, de préparation et de persévérance sur les marchés extérieurs.

Dans le but de réaliser une étude objective sur l'état des entreprises algériennes à l'export, nous avons enquêté auprès des entreprises ayant déjà emprunté cette trajectoire.

#### **IV – Etude empirique:**

Afin d'affiner les éléments que nous avons développés plus haut, nous avons cherché à comprendre à travers une enquête sur le terrain, l'origine du caractère velléitaire à l'export des entreprises nationales. Nous avons adressé un questionnaire d'enquête aux entreprises ayant une activité plus au moins régulière à l'exportation. Cependant afin de rendre compte de ces barrières et de la mesure dans laquelle cette politique nationale parvient effectivement à les lever, nous avons nous-mêmes mené une enquête auprès des entreprises ayant connu une certaine présence sur les marchés étrangers. Nous avons envoyé 60 questionnaires et reçu en retour seulement 24 questionnaires. Certaines entreprises répondantes sont classées comme grandes entreprises (en termes d'effectif), cependant, celles-ci reconnaissent la multitude d'obstacles à l'export, en l'occurrence ceux liés à l'environnement réglementaire et institutionnel dans lequel elles évoluent.

Grâce à une analyse de la littérature concernant les pratiques d'internationalisation des entreprises à travers l'exportation et, les organismes d'accompagnement, nous avons élaboré un questionnaire visant à obtenir des indications plus riches notamment sur :

- la pratique de l'export : démarches de prospection, structure d'export, modes de commercialisation des produits... ;
- les difficultés rencontrées tout au long du processus ;
- l'accompagnement (connu, reçu, souhaité).

#### **V- Présentation et analyse des résultats de l'enquête :**

Afin de pouvoir caractériser les entreprises exportatrices enquêtées, nous avons commencé par poser des questions portant sur l'identification de celles-ci.

##### **a- La nature juridique des entreprises:**

70.83 % des entreprises interrogées sont des entreprises privées. Le secteur privé a connu une montée dans la production nationale et cela va de même pour sa part dans les exportations hors hydrocarbures. Cependant, ce dernier se heurte toujours à des difficultés notamment celles liées aux importations déloyales et la friperie qui envahissent le marché national.

Uniquement 25 % des entreprises de notre échantillon sont publiques. Ce qui prouve le constat auquel est parvenue l'étude menée par l'**Ecotech** (2004)<sup>36</sup>, et selon lequel une partie de l'explication se trouve dans le fait que ces entreprises font objet de plusieurs défaillances notamment au niveau interne (absence de restructuration, incertitude en matière de privatisation, inadaptation de l'organisation aux nouvelles méthodes de management ainsi qu'une forte centralisation des décisions, ce qui limite d'ailleurs la marge de manœuvre des dirigeants, en particulier quand il s'agit d'une stratégie de développement à l'international).

##### **b-La taille des entreprises enquêtées:**

La question relative au nombre de salariés travaillant dans l'entreprise montre aussi la variabilité de la taille des entreprises répondantes. Et, ce sont les entreprises de plus de 250 salariés qui sont majoritaires (54.16 %),

##### **c- Le domaine d'activité des entreprises enquêtées:**

Les entreprises interrogées exercent leur activité dans différentes branches. 41.66 % d'entre elles sont dans l'agroalimentaire. Cela s'explique notamment par la croissance de certains produits tels que les eaux minérales et gazeuses. Cependant, cette industrie n'est pas épargnée des difficultés qui font obstacle à l'exportation. Le cas des pâtes alimentaires en est un exemple éloquent, ces dernières ont été interdites suite à la décision prise par le ministère du commerce. L'argument avancé est celui de la subvention appliquée à la

matière utilisée par les transformateurs de produits à la base de céréales (blés durs, ou blé tendre). Cela a causé la perte de réseaux de distribution de certains exportateurs notamment en Europe et en Afrique alors qu'ils avaient mis plusieurs années pour les mettre patiemment en place. Pour les exportateurs cela est en contradiction avec la volonté affichée par les pouvoirs publics en matière de promotion des exportations hors hydrocarbures.

8.33 % d'entre elles exportent des produits classiques (déchet de papier), et 33.32 % exportent des produits dans l'avantage est moins apparent (emballage papier, médicaments, produits en verre, produits électroniques...).

#### **d- Les barrières internes liées au manque de compétences et ressources requises à l'export:**

Les résultats de notre enquête montrent que les contraintes et les obstacles qui se dressent aux entreprises sont liés aux compétences et ressources de celles-ci mais aussi à leur environnement externe qui demeure contraignant. Il est donc important de faire l'articulation entre les difficultés relatives à l'organisation, au mode de gestion et de management des entreprises exportatrices, ainsi que celles relatives à l'environnement des affaires dans lequel elles évoluent.

##### ➤ *Des compétences stratégiques insuffisantes à l'export:*

Bien que 70.83 % des entreprises confirment que leur développement international à travers les exportations leur permet de dynamiser leur entreprise et de gagner en notoriété, celles-ci font face à plusieurs obstacles et contraintes. Nous exposerons ci-après les principaux éléments explicatifs des barrières auxquelles sont confrontés les exportateurs hors hydrocarbures algériens.

La plupart des entreprises interrogées confirment qu'elles ne disposent pas de compétences requises leur permettant de mener à bien leur stratégie d'exportation. En effet, 79.17 % ne disposent pas de spécialistes dans les domaines suivants :

- la stratégie internationale ;
- la logistique internationale ;

79.16 % des exportateurs disposent des diplômés de l'enseignement supérieur en commerce international et 50 % d'entre eux disposent des commerciaux diplômés en marketing international. Mais il faut noter que ces derniers n'ont pas reçu une formation approfondie en la matière, c'est pourquoi, même les procédures et l'ensemble des documents d'exportation ne font pas objet d'une réelle maîtrise par ces entreprises. Ainsi, il est à remarquer que les entreprises sont souvent confrontées à des litiges, et elles ne sont pas en mesure de faire valoir leurs droits, notamment en raison d'absence de juristes spécialistes en leur sein.

##### ➤ *La quasi inexistence d'une structure dédiée à l'export:*

62.5 % des entreprises répondantes ne disposent pas d'une structure export et de capacités orientées vers l'export. C'est d'ailleurs une des contraintes internes qui empêchent ces entreprises de réussir leurs opérations d'exportation sur les marchés étrangers. De ce fait et souvent, ce sont les responsables commerciaux également en charge du marché national qui pilotent les opérations d'exportation.

Pourtant la réforme du FSPE dans le cadre de la loi de finances complémentaire pour 2007 assigne à ce dernier d'apporter un soutien plus en amont pour que l'entreprise se mette à niveau sur le volet de l'exportation, s'organise de l'intérieur et puisse se doter d'une structure export.

La majorité des entreprises interrogées confirment également que plusieurs insuffisances au plan interne de l'entreprise rendent difficile leur développement international et sont aussi à l'origine de leurs difficultés rencontrées lors de l'amorçage puis du développement de leur activité d'exportation. Ces difficultés sont principalement liées :

- à la capacité de production insuffisante, ce qui limite les quantités exportées par ces entreprises ;
- à la pénurie de la matière première, ce qui tarde et allonge les délais de vente de leurs produits sur les marchés étrangers ;
- au manque de main d'œuvre qualifiée notamment celle de la fonction de production qui n'est pas hautement qualifiée, et peu créative ;
- à l'inadaptation aux spécificités et préférences des acheteurs étrangers ;
- au manque d'équipements leur permettant d'accéder aux nouvelles technologies et d'améliorer les caractéristiques de leurs offres. (tableau 1).

#### **e- Les barrières à l'export liées à l'environnement externe des entreprises interrogées**

Pour mieux rendre compte de ces barrières, nous exposons d'abord celles inhérentes aux marchés étrangers que vise l'entreprise dans sa stratégie d'exportation, nous présenterons ensuite celles relatives à l'environnement local qui demeure contraignant pour les entreprises exportatrices interrogées.

##### ➤ *Les barrières à l'export liées aux marchés étrangers:*

L'export ou la vente sur les marchés étrangers exige des dispositions particulières que les entreprises sont tenues de réaliser afin de parvenir à la pénétration des marchés cibles.

66.66 % des entreprises de notre échantillon confirment que la commercialisation de leurs produits sur les marchés d'exportation exige à ce que l'emballage/conditionnement réponde à des critères bien spécifiques. 37.5 % d'entre elles ont mentionné la nécessité d'adapter leurs produits aux différentes normes instaurées dans les pays cibles. Un exportateur de produits artisanaux a signalé que pour exporter en Australie, ses produits doivent être contenus dans un emballage spécial. Ce dernier subit un traitement aux frontières du pays conformément aux normes en vigueur. Ce traitement est appelé « la fumigation », c'est le traitement chimique qui permet la désinfection de l'emballage des parasites. C'est pourquoi l'emballage de l'entreprise doit être accompagné d'un certificat de fumigation.

33.33 % des exportateurs interrogés, en particulier ceux activant dans l'industrie agroalimentaire ont fait savoir que le cheminement de leurs produits vers les marchés extérieurs exige un contrôle de température sur plusieurs niveaux (ensemble des domaines de la logistique internationale: transport, stockage, dédouanement), veillant surtout à l'évitement de la rupture de la chaîne de froid (tableau 2).

Il importe également de souligner que sur les marchés étrangers, les entreprises répondantes ont mentionné une autre difficulté liée à la rude concurrence des entreprises des pays voisins. Elles font savoir, à ce sujet, que les entreprises marocaines et tunisiennes sont en mesure de proposer des produits de qualité et à des prix beaucoup plus compétitifs.

##### ➤ *Les barrières liées à l'environnement externe local des entreprises exportatrices enquêtées:*

Interrogées sur les principaux obstacles liés à leur environnement externe local, national contraignant. Et effet, 87.5 % d'entre elles citent les lourdeurs administratives qui entraînent des lenteurs dans le déroulement de l'opération d'exportation et des coûts de transaction élevés, ce qui renchérit les exportations et les rend plus risquées. Il a été cité ensuite le manque d'informations sur les marchés étrangers (50 %) permettant aux entreprises d'affiner leur processus de prise de décision en matière d'exportation. En outre, 50% des exportateurs jugent que les coûts de transport et d'assurance à l'export sont élevés. Et 33.33 % d'entre eux ont souligné les difficultés d'obtention d'aide et d'incitation des organismes de soutien aux exportations hors hydrocarbures (tableau 3)

#### **f- L'appréciation de l'appui à l'export par les entreprises enquêtées et leurs attentes:**

Dans cette partie, les entreprises ont été interrogées sur leur appréciation du dispositif actuel à l'export et sur leurs attentes en matière d'accompagnement sur les marchés étrangers.

##### **➤ *L'inadaptation de la politique de l'accompagnement aux besoins des entreprises exportatrices:***

Interrogées sur l'offre actuelle d'accompagnement à l'export, 91.78 % des entreprises jugent que l'appui disponible est inadapté à leurs attentes, et ne correspond ni à leurs profils ni à leur avancement dans le processus d'exportation.

##### **➤ *Les attentes des exportateurs en matière d'accompagnement et d'appui à l'export:***

Les entreprises exportatrices de notre échantillon ont été enfin interrogées sur l'accompagnement souhaité, qui pourrait les aider dans le développement de leur activité d'exportation. Les attentes prioritaires portent essentiellement sur :

- l'assouplissement des procédures administratives, à tous les niveaux de la démarche de l'export (95,83 %) ;
- conseils et orientations notamment de la part des experts en matière de choix stratégiques et de réalisation du diagnostic à l'export (66.66 %) ;
- la réalisation des études de marché et le développement de la veille commerciale (58.33 %).

En outre, 29.16 % des exportateurs souhaitent développer des relations plus étroites avec les banques, et que ces dernières soient plus impliquées dans leur accompagnement sur les marchés internationaux, en leur prodiguant des conseils pertinents pour réussir leur démarche d'exportation.

#### **IV- Conclusion:**

La littérature consacrée à l'activité d'exportation a recensé de nombreuses difficultés entravant le développement international des entreprises. Les entreprises algériennes auprès desquelles nous avons enquêté n'échappent pas à cette réalité. Les résultats de notre enquête ont pu mettre en lumière certaines réalités relatives à l'activité d'exportation au sein des entreprises interrogées. Ces dernières souffrent de plusieurs contraintes relatives aux compétences/ressources dont elles disposent. Celles-ci les contraignent d'asseoir une stratégie soigneusement élaborée à l'export.

De plus, les contraintes les plus lancinantes citées par les entreprises, sont celles relatives à leur environnement. Ces barrières sont principalement d'ordres réglementaires, institutionnels, logistiques et financiers.

Nos interrogations concernant les dispositifs et les mesures incitatives à l'export ont montré l'inadaptation de ceux-ci aux besoins réels et attentes des entreprises ciblées, entre autres les entreprises de notre échantillon.

Les éléments précédents montrent qu'il est important pour l'Algérie d'élaborer une stratégie claire et cohérente en matière de promotion des exportations hors hydrocarbures. Celle-ci peut intégrer certaines pratiques jugées essentielles par la littérature empirique existante en matière de programmes de soutien à l'internationalisation des entreprises notamment les PME. Pour ce faire, nous jugeons qu'il serait intéressant de :

- réaliser des études plus approfondies pour comprendre pourquoi et comment les entreprises réussissent-t-elles sur les marchés étrangers, condition préalable à la mise en place d'une politique de soutien et d'accompagnement des exportateurs algériens ;
  - offrir un accompagnement adapté aux diverses phases du processus d'exportation.
- l'internationalisation des entreprises à travers l'exportation est souvent le point de départ du processus de croissance de celles-ci et les deux processus évoluent conjointement. Il est donc primordial que le dispositif d'appui soit adapté à chacune des étapes de cette

coévolution car nous avons vu que certaines actions dans ce sens ne sont toujours pas opérationnelles, c'est le cas des bureaux de représentation et filiales à l'étranger) ;

- favoriser une approche collaborative de l'accompagnement à l'export; il convient aux accompagnateurs institutionnels de travailler en collaboration et de coordonner leurs activités de soutien. Cela permettrait de créer un environnement favorable au développement de ces entreprises à l'export.

- il est aussi important pour mener à bien la stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures d'élaborer et de développer des stratégies de partenariat de type : privé national-privé étranger, public national-public étranger et public national-privé étranger.

## -ANNEXES :

**Fig. (1): le dispositif institutionnel à l'export**



Etabli par l'auteurs

-ALGEX: Agence nationale de promotion du commerce extérieur -FSPE: Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations - CAGEX: La Compagnie Algérienne d'assurance et de Garantie des Exportations - CACI: La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie - SAFEX : La Société Algérienne des Foires et Exportations ANEXAL: L'Association Nationale des Exportateurs Algériens

**Tableau (1) : Des contraintes internes liées au manque de ressources au sein des entreprises répondantes**

L'insuffisance de capitaux	16.66%
La pénurie de la matière première	37.50%
Manque de main d'œuvre	20.83%
Capacité de production insuffisante	37.50%
Manque d'équipements	21%

Enquête auprès des entreprises sélectionnées (Question à réponses multiples QARM : le répondant peut cocher sur plusieurs éléments de réponse).

**Tableau (2) : Les barrières exogènes liées à l'environnement externe étranger des entreprises exportatrices enquêtées**

Adaptation technique/respect de normes étrangères	38%
emballage/conditionnement spécial	66.66%
Barrières non-tarifaires	29.16%
Température contrôlée concernant l'exportation des produits périssables	33.33%
Difficultés à identifier des distributeurs étrangers	12.5%

Enquête auprès des entreprises sélectionnées (QARM)

**Tableau (3) : Les barrières exogènes liées à l'environnement externe local des entreprises**

Lourdeurs administratives	87.50%
Difficultés d'accéder aux financements	25.00%
Au manque d'informations sur les marchés étrangers	50.00%
Coûts de transport et d'assurance élevés à l'export	50%
Difficultés d'obtention d'aide et d'incitation des organismes de soutien aux exportations hors hydrocarbures	33.33%

Enquête auprès des entreprises sélectionnées (QARM)

**- Notes et Références Bibliographiques:**

- <sup>1</sup>. Arteaga-Ortiz Jesús et Fernández-Ortiz Rubén, **Des obstacles à l'exportation chez les petites et moyennes entreprises : une proposition intégrative**, Revue internationale P.M.E. : économie et gestion de la petite et moyenne entreprise, vol. 21, n° 2, 2008, pp. 1-42.
- <sup>2</sup>. Leonidou Leonidas C., **Empirical Research on Export Barriers: Review, Assessment, and Synthesis**, *Journal of International Marketing*, V 3, n°1, 1995, PP. 29-43.
- <sup>3</sup>. Arteaga-Ortiz Jesús et Fernández-Ortiz Rubén, Op.Cit., p. 15.
- <sup>4</sup>. Leonidou Leonidas C, Op.Cit, p. 32.
- <sup>5</sup>. Aharoni, Y., **The Foreign Investment Decision Process**, Harvard Graduate School of Business Administration, Division of Research, Boston, 1966.
- <sup>6</sup>. Bilkey, W.J. and Tesar, G., **The export behavior of smaller Wisconsin manufacturing firms**, *Journal of International Business Studies*, 1977, pp. 93-98.
- <sup>7</sup>. Suarez-Ortega, S., **Export Barriers: Insights from small and medium-sized firms**, *International Small Business Journal*, 21(4), 2003, pp. 403-419.
- <sup>8</sup>. Dusoye Indra, Mahadeo Jyoti Devi ,Aujayeb-Rogbeer Ashita, **Small firm internationalisation and export barriers; the case of Mauritius**, 2013, pp. 1-29. pp. 1-29, 15/10/2015, <http://sites.uom.ac.mu/wtochair/attachments/article/83/Dusoye.pdf>. Consulté le 15/10/2015.
- <sup>9</sup>. Johanson J. et Vahlne J.E., **The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments**, *Journal of International Business studies*, vol. 8, 1977, pp. 23-39.
- <sup>10</sup>. Gripsrud, G., **The determinants of export decisions and attitudes to a distant market: Norwegian fishery exports to Japan**, *Journal of International Business Studies*, troisième trimestre, 1990, pp. 469-485.
- <sup>11</sup>. Rocha, AFreitas Y and Silva J., **Do Perceived Barriers Change over Time? A Longitudinal Study of Brazilian Exporters of Manufactured Goods**, *Latin American Business Review*, Rev, V 9(1), 2008, pp.102-108.
- <sup>12</sup>. Leonidou Leonidas C, Op.Cit, p.29.
- <sup>13</sup>. [Dave Crick](#), [Mansour Al Obaidi](#), [Shiv Chaudhry](#), **Perceived obstacles of Saudi- Arabian exporters of non-oil products**, *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, Vol. n°7, 1998, pp.187-199.
- <sup>14</sup>. Julian C.C., Ahmed Z.U., **The impact of barriers to export on export marketing performance**, *Journal of Global Marketing*, V19, n° 1,2005, pp. 71-93.
- <sup>15</sup>. Lages, L., **A conceptual framework of the determinants of export performance: Reorganising key variables and shifting contingencies in export marketing**, *Journal of Global Marketing*, V13 (3), 2000, pp. 29-51.
- <sup>16</sup>. Cavusgil S. Tamer., Bilkey Warren J., Tesar George, **A note on the export behavior of firms : exporter profiles**, *Journal of Interntional Business Studies*,1979, pp. 90-97.
- <sup>17</sup>. Julian C.C., Ahmed Z.U, Op.Cit., p.11.
- <sup>18</sup>. Bilkey, W.J. and Tesar, G, Op.Cit., p. 95.
- <sup>19</sup>. Westhead , P., M. Wright et D. D. Ucbasaran (2002), **International market selection strategies selected by micro and small firms**, *The International Journal of Management Science*, vol. 30, 2002, pp.51-68.
- <sup>20</sup>. Moini, A.H., **Barriers inhibiting export performance of small and medium-size manufacturing firms**, *Journal of Global Marketing*, V. 10, n° 4, 1997, pp. 67-93.
- <sup>21</sup>. Arteaga-Ortiz Jesús et Fernández-Ortiz Rubén, p.19.
- <sup>22</sup>. Khattak, JK, Arslan M and Umair M., **SMEs' Export Problems in Pakistan**, *E3 Journal of Business Manage Economics*, V 2(5), 2011, pp. 192-199.

- <sup>23</sup>. Dornbusch, R., Fischer, S., & Kearney, C. (1998)., **Macroeconomics**, 2nd edition. Australia: McGraw-Hill.
- <sup>24</sup>. Khattak, JK, Arslan M and Umair M, Op.Cit., p.197.
- <sup>25</sup>. Julian C.C., Ahmed Z.U, Op.Cit., p. 12.
- <sup>26</sup>. Raff, H., & Kim, Y., **Optimal export policy in the presence of informational barriers to entry and imperfect competition**. *Journal of International Economics*, 49(1), 1998, pp. 99-123.
- <sup>27</sup>. Julian C.C., Ahmed Z.U, Op.Cit., p. 12.
- <sup>28</sup>. Fatemeh Kabiri1, Mokshapathy S, **A Survey on Export Barriers Faced by Small and Medium Sized Enterprises in Iran**, *Indian J. Innovations Dev.*, V1, n° 7, 2012, pp. 549-553.
- <sup>29</sup>. Khattak, JK, Arslan M and Umair M, Op.Cit., p.197.
- <sup>30</sup>. Al-Hyari Khalil et Abutayeh, **Exporting Performance and Manufacturing Activities in Jordanian SMEs: External Barriers and Relationships**, *International Journal of Global Business*, V 4 (1), 2011, pp. 44-72.
- <sup>31</sup>. Truett Dale B., Truett Lila J., **Government Policy and the Export Performance of the Mexican Automobile Industry**, *Growth and Change*, V 25, 1994, pp. 301-24.
- <sup>32</sup>. Gençtürk Esra F., Kotabe Masaaki, **The Effect of Export Assistance Program Usage on Export Performance: A Contingency Explanation**, *Journal of International Marketing*, V 9, n°2, 2001,pp. 51-72.
- <sup>33</sup>. LiPuma et Doh, **The effect of institutional quality on firm export performance in emerging economies: a contingency model of firm age and size**, *Small Business Economics*, 2011, pp. 817-841.
- <sup>34</sup>. LiPuma et Doh, Op.Cit., p. 837.
- <sup>35</sup>. Algex, **Forum du commerce extérieur**, *Revue* n°10- 3ème trimestre, 2011, pp.1- 30.
- <sup>36</sup>. ECOtechnics, **Diagnostic des besoins et attentes des exportateurs et étude des potentialités de placement de produits nationaux sur les marchés étrangers**, Étude pour ANEXAL-NAED (SFI), 2004, pp. 1-23.