

Le rôle de la diplomatie économique dans la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie.

The role of economic diplomacy in the promotion of non-hydrocarbon exports in Algeria.

HABIB ZAHMANI Oussama⁽¹⁾, GADI Ibtissem⁽²⁾

¹ Dctorant (Université d'Oran 2 Algerie) e-mail : habibzahmani.oussaa@univ-oran2.dz

² Maitre de Conférences A (Université d'Oran 2 Algerie) e-mail : gadibensahla@gmail.com

Information sur l'article

Reçu le : 12/10 /2022

Accepté le : 19/12 /2022

Publié le : 21/03 /2023

Mots clés:

Mot clé.1: Commerce extérieur,

Mot clé.2: exportations,

Mot clé.3: diplomatie

économique

Mot clé.4: , étude de marché international.

Mot clé.5:

Codes de classification

JEL:...,...,... (le mode de codage

JEL est obligatoire

Keywords:

Keyword.1: Foreign trade

Keyword.2: Export

Keyword.3: economic diplomacy

Keyword.4: international market research

Keyword.5:

JEL Classification Codes: ..., ..., ...

(JEL encoding mode is mandatory)

JEL Classification:

(M16, M48, N17, O55)

Résumé:

Le résumé Les exportations hors hydrocarbures en Algérie représentent 5% du total des exportations, ce faible taux est dû à plusieurs facteurs qui restent difficiles à cerner. Cette ambiguïté nous a conduits à piocher dans le terrain pour nous rapprocher de la réalité que nous avons traitée dans une étude qualitative qui nous a dégagé des éléments importants en contribution aux autres recherches précédentes sur ce sujet. Nos résultats révèlent une définition de l'activité de l'exportateur, le rôle de la diplomatie économique Algérienne dans la promotion et l'encadrement des exportations, ainsi que ce qui se doit faire pour avoir une diplomatie économique performante qui peut accroître et promouvoir les exportations.

Abstract : Exports excluding hydrocarbons in Algeria represent 5% of total exports, this low rate is due to several factors which remain difficult to identify. This ambiguity led us to dig into the field to get closer to the reality that we have treated in a qualitative study which has identified important elements in contribution to other previous research on this subject. Our results reveal a definition of the activity of the exporter, the role of Algerian economic diplomacy in the promotion and supervision of exports, as well as what must be done to have an efficient economic diplomacy which can increase and promote the exports..

Auteur correspondant:

HABIB ZAHMANI Oussama, Email: habibzahmani.oussaa@univ-oran2.dz

I - L'introduction:

L'exportation en algérien est concentrée essentiellement dans les Hydrocarbures (Talahite, 2016) qui sont une ressource naturelle indispensable et qui se vend sur le marché international en état brut sans aucune transformation. « la trop grande dépendance de notre économie à l'égard des produits énergétiques et du niveau des prix du marché pétrolier international fragilisent les possibilités d'un processus de développement économique et social à moyen et a long terme, la crise financière qui secoue le monde est témoin de cette dépendance de hydrocarbures » (Semouk, Juin 2017). En effet, selon (Kerzabi, 2020) la chute brutale des prix du pétrole et sa conséquence sur l'équilibre budgétaire (déficit du budget de l'Etat et diminution des réserves de change). Le choc des prix du pétrole a influencé la stabilité économique et sociale de l'Algérie, et cela est dû à la dépendance du pays aux exportations des Hydrocarbures (Djelti, 2021). Le taux de change de monnaie est influencé principalement par la fiscalité relative aux hydrocarbures, selon (Belgot & Ouali, 2021) avec l'augmentation du prix du pétrole d'une unité durant l'année précédente, cela donne une augmentation de 0.2 Dinars pour 1 Dollar. L'augmentation du taux de change qui est due à l'augmentation du prix du Pétrole a une influence négative sur les exportations (Mimouni & Bentalbi, 2020) et (OULDBENZAZA, 2022).

La part de l'exportation des autres branches de l'industrie est très faible par rapport a la dominance des hydrocarbures (Bouadla & Bentayeb, 2021), cette faiblesse est justifiée par plusieurs facteurs qui restent ambiguës (KATEB & OUDDANE, 2019). Cette ambiguïté nous a mené à faire la présente étude qui nous a conduit au terrain d'investigation au près des exportateurs hors hydrocarbures pour connaître la réalité de leurs activités.

Tout au long de notre démarche nous avons posé une problématique qui s'interroge sur la réalité des exportations d'une part et d'autre part sur ce que fait et ce que ne fait pas la diplomatie économique Algérienne pour la promotion l'accompagnement et l'encadrement des exportateurs Algériens dans la conquête des marchés étrangers.

Pour répondre à cette problématique nous avons posé des hypothèses suivantes :

- La diplomatie économique joue un rôle majeur dans la promotion des exportations ;

- La diplomatie économique n'est pas le seul responsable dans la promotion des exportations.

Dans la présente recherche nous essayons de donner des réponses à nos question en utilisant une méthodologie d'ordre qualitatif en réalisant un guide d'entretien ou nous avons interviewé des exportateurs oranais et nous avons mis le point sur la réalité du sujet..

L'introduction doit indiquer les points suivants:

1- Le contexte théorique du sujet (revue de la littérature), qui est lié au domaine d'intérêt du chercheur;

2 - Études similaires traitant du sujet. Dans ce cas, l'auteur résume les principales conclusions des recherches liées au sujet;

3. Présentation de l'objectif principal et de la question centrale de la recherche. La présentation d'hypothèses et le but de la recherche sont obligatoires. Cette section doit être écrite dans un style cohérent et en évitant la redondance.

II - Méthodes, outils et mesures de recherche:

§ 1 Réalisation du guide d'entretien

La méthodologie empruntée dans notre travail de recherche se base sur une conception qualitative. « *Les études qualitatives sont des études à caractère intensif qui utilisent comme procédure de récolte de données une approche 'ouverte', non directive, permissive et indirecte des personnes interrogées. Les études qualitatives visent à un approfondissement du sujet traité. Le mode d'interrogation est non-structuré et le nombre de contacts y est relativement peu élevé. Elles cherchent les causes, les fondements d'un comportement, d'une attitude, d'une perception* » (GAUTHY-SINECHAL, 2005)

En effet, les études qualitatives permettent aux chercheurs d'observer les individus séparément (Mahcine & Cherchem, 2019), ce qui permet de mieux comprendre les ressorts d'une décision humaine. L'objectif de notre étude n'est pas de quantifier les données, et de les analyser statistiquement, nous tentons à connaître la réalité du rôle de la diplomatie économique dans la promotion des exportations.

Afin de mener notre étude, nous avons réalisé un guide d'entretien semi directif qui permet à la fois de laisser aux chefs d'entreprises toute latitude pour exprimer leurs idées et qui soit relativement aisé d'exploitation pour la partie analyse.

Nous nous sommes appuyés : sur l'ouvrage « Guide Méthodologique de la recherche en sciences sociales »

- Sur plusieurs intervenants de Doctorat et de Magister :

Le guide d'entretien en question comprend 10 questions regroupées en 3 parties :

- a- La présentation de l'activité d'exportation;
- b- Le rôle de la diplomatie économique Algérienne dans la promotion et l'encadrement de l'activité d'exportation ;
- c- Les problèmes rencontrés par les exportateurs dans l'exercice de leur activité d'exportation.

Cette enquête qualitative s'est déroulée entre avril et mai 2021 auprès de 10 chefs d'entreprises exportateurs installés dans le territoire de la Wilaya d'Oran.

Le choix des dirigeants d'entreprises comme terrain d'investigation a été motivé par leur profonde connaissance de l'opération d'exportation, ce sont des entreprises qui exportent leurs produits depuis plus de dix ans.

La méthodologie que nous avons emprunté dans ce travail de recherche se base sur une conception d'ordre qualitatif, le recueil et le traitement des données font largement appel à des techniques qualitatives. « *Les études qualitatives sont des études à caractère intensif qui utilisent comme procédure de récolte de données une approche 'ouverte', non directive, permissive et indirecte des personnes interrogées. Les études qualitatives visent à un approfondissement du sujet traité. Le mode d'interrogation est non-structuré et le nombre de contacts y est relativement peu élevé. Elles cherchent les causes, les fondements d'un comportement, d'une attitude, d'une perception* » (GAUTHY-SINECHAL, 2005).

L'objectif principal de la recherche qualitative est l'obtention d'évaluation empirique des degrés de connaissance, des attitudes, du comportement ou de la performance. (FRISCH, 1999).

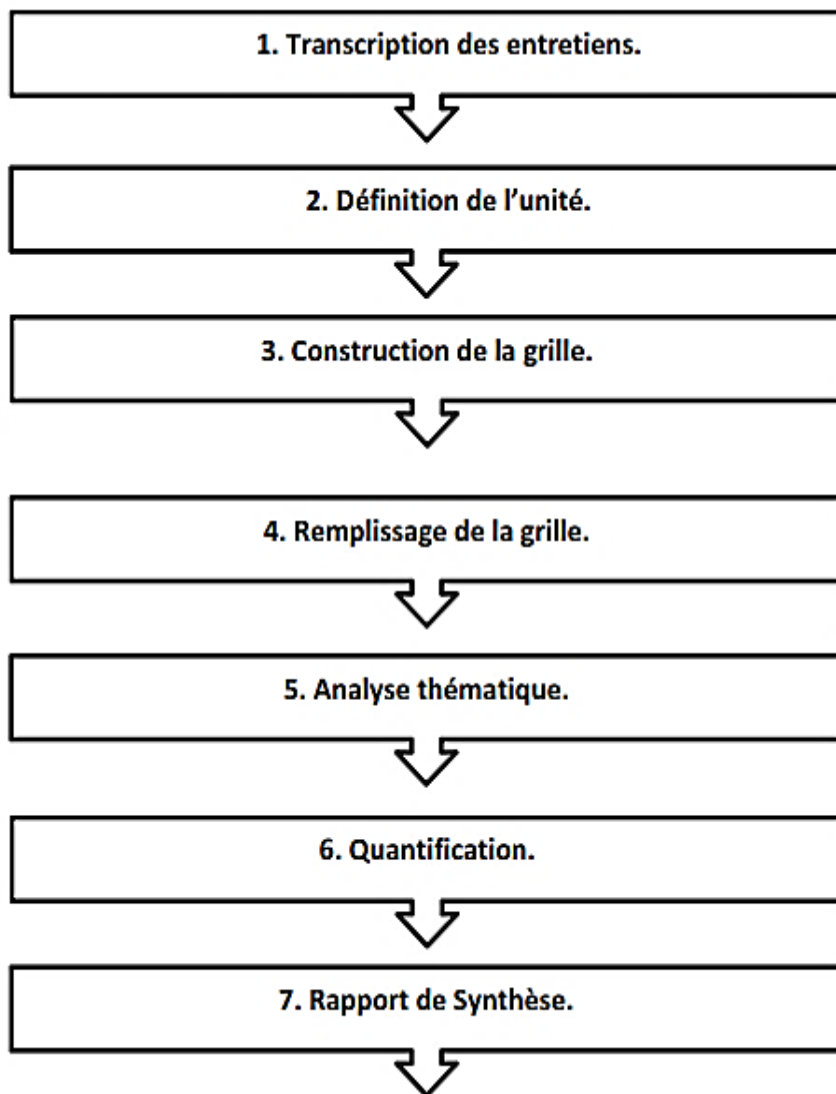
Les études de recherche qualitatives sont plus longues que les recherches quantitatives car les réponses aux questions sont ouvertes et peuvent être très longues. Ces études visent principalement à comprendre la logique qui sous-tend les opinions de ce type de population sur un sujet donné. (PELLEMANS, 1999)

§ 2- L'outil d'Analyse :

L'outil le plus approprié dans ce genre d'étude est l'analyse de contenu. Cet outil constitue une technique d'analyse caractérisée par un ensemble d'étapes et de procédures structurée de classification des données qui se trouvent dans un « discours » (Article, Interview, document...). « *L'analyse de contenu est une technique de recherche pour la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications ayant pour but de les interpréter* » (AKTOUF, 1987).

L'analyse de contenu est un enchainement complet de 7 étapes comme le montre la figure suivante :

Figure N° 1 : les étapes de l'analyse du contenu.



Source: GIANNELLONI (J.L), Etude de marché, Editions Vuibert, 1994, p. 97.

Ce schéma est une fidèle représentation des principales étapes du processus d'analyse de contenu. Ce sont les étapes que nous avons suivies

pour mener notre analyse thématique du contenu des entretiens semi-structurés menés avec les chefs d'entreprises interrogés.

Après la transcription du contenu des 10 exportateurs, nous avons codé les réponses pour découper le corpus de toutes les interviews en unités d'analyse. Nous avons ensuite classé ces unités d'analyse dans les thèmes que nous avons définis.

Nous avons suivi la démarche suivante :

§2.1 Définition de l'unité d'analyse :

Le choix de l'unité d'analyse est un choix majeur qui repose essentiellement sur l'objectif de notre étude de déterminer la nature du schéma de codage (GHEDDACHE, 2022), ce qui permet l'interprétation du contenu des guides d'entretien, cela permet donc le choix des indices de quantification. Pour cela, nous avons opté pour une analyse thématique. L'analyse est basée sur un ensemble de phrases, car elle fait référence à des situations, à des objectifs ou à des concepts proches. Nous avons retenu les mêmes thèmes du guide d'entretien pour couper le corpus et pour pouvoir procéder à un classement, à savoir:

- La connaissance du concept ;
- La mesure de l'opportunité ;
- La tendance dans l'avenir.

§2.2 Catégorisation des données :

Nous avons défini les catégories en fonction de nos besoins en information d'une part et d'une autre en fonction de nos hypothèses de recherche. Nous avons classé chaque sous-thème identifié dans le contenu de chaque contenu de chaque interview par catégorie. De plus, les thèmes que nous avons choisis précédemment représentent le niveau intermédiaire entre sous-thèmes et catégories. Nous avons ensuite calculé les fréquences de chaque catégorie.

§2.3 Elaboration de la grille d'analyse :

Nous avons dessiné un tableau dans lequel les catégories apparaissent sous forme de lignes et de colonnes dans les interviews de chaque exportateur. Chaque cellule contient des informations provenant d'une interview liée à un sous-thème spécifique d'une catégorie. Les catégories et sous-thèmes sont

L'auteur devrait répondre aux questions suivantes:

- Comment?
- Quoi?

- Quand ?
- Où?

Ceci doit retenir les points suivants:

1. Méthodes de sélection d'échantillonnage.
2. La méthodologie de recherche / étude, comprendra:
 - 2.1- Procédures de recherche ;
 - 2.2 - Identification des variables et les modalités de leur mesurabilité ;
 - 2.3- Outils d'analyse. (Les fondements scientifiques des outils de recherche) ;
 - 2.4 - Outils statistiques (Mentionnant les équations utilisées).

III - Résultats:

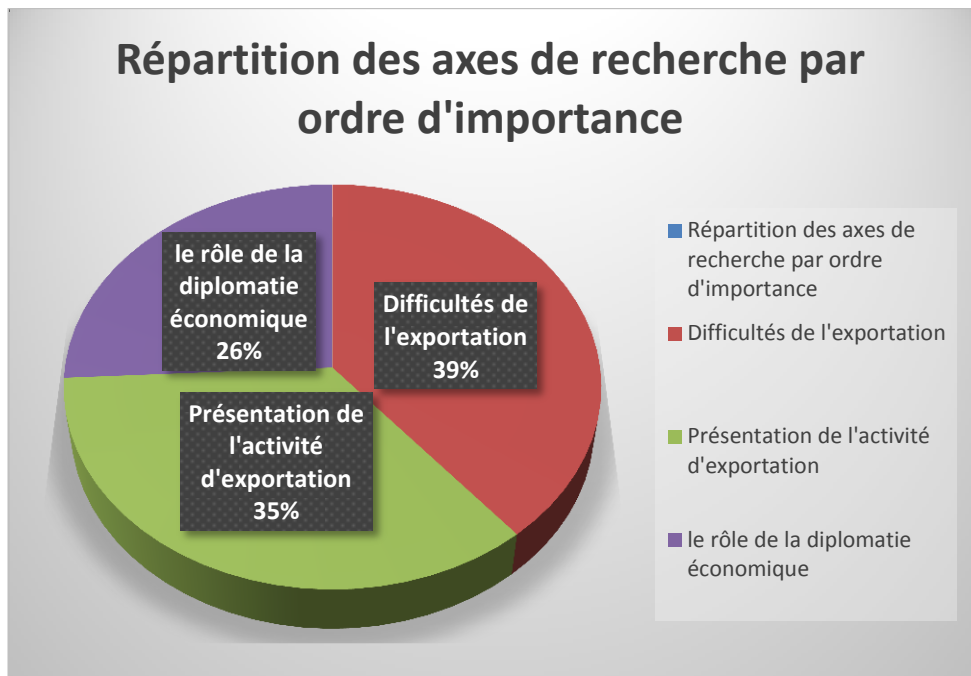
Les résultats dans le tableau ci-dessous représentent la récolte des données des interviews que nous avons faites avec les exportateurs que nous avons cité précédemment. Les notes données de 1 à 5 selon le nombre de répétition des concepts clés qui sont classés par axe de recherche la première colonne de la grille. En effet la répétition des mots clés signifie l'importance accordée par les exportateurs au concept. Dans la colonne Absolue, nous avons calculé les totaux de points obtenus par chaque mot clé et nous avons classé les mots clés par ordre d'importance accordée par les exportateurs interviewé représentés par les colonnes E1, E2, ... , E10.

Dans les figures ci-dessous nous représentons les résultats obtenus par les axes de recherches et en détail par chaque concept clés qui nous ont dégagé des données qualitatives que nous avons synthétisé en définitions.

Tableau N° 1 : la grille des résultats des interviews.

Catégorie											Fréquence	
	E 1	E 2	E 3	E 4	E 5	E 6	E 7	E 8	E 9	E 10	Absolue	Relative
Présentation de l'activité d'exportation	17	18	11	9	14	12	12	12	11	15	131	35%
étudier le marché étranger	4	3	2	1	2	0	1	1	0	1	15	
Produire un produit destiné au marché étranger	2	2	3	2	3	4	2	4	1	5	28	
Commercialisation	4	5	0	1	2	4	3	0	5	2	26	
Assurance de l'expédition	3	3	3	2	5	2	3	3	2	3	29	
rapatriement bancaire	4	5	3	3	2	2	3	4	3	4	33	
le rôle de la diplomatie économique	10	11	11	10	9	13	9	6	9	8	96	26%
Promotion	4	5	4	3	5	4	4	3	2	4	38	
Représentation	2	1	0	0	1	1	0	0	2	1	8	
investigation	3	1	2	3	3	4	3	0	2	1	22	
garantie	1	4	5	4	0	4	2	3	3	2	28	
Difficultés de l'exportation	15	12	16	16	13	14	18	13	14	14	145	39%
Manque d'encadrement	3	2	4	5	2	2	3	4	5	2	32	
difficulté d'accès aux marchés étrangers	1	0	0	2	3	0	2	1	1	2	12	
absence d'efficacité de l'information	2	3	4	0	2	2	3	1	1	1	19	
difficulté de recouvrement	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	46	
la différence du valeur de change	4	3	3	4	2	5	5	3	3	4	36	
TOTAL	39	46	36	37	43	41	41	35	40	39	372	100%

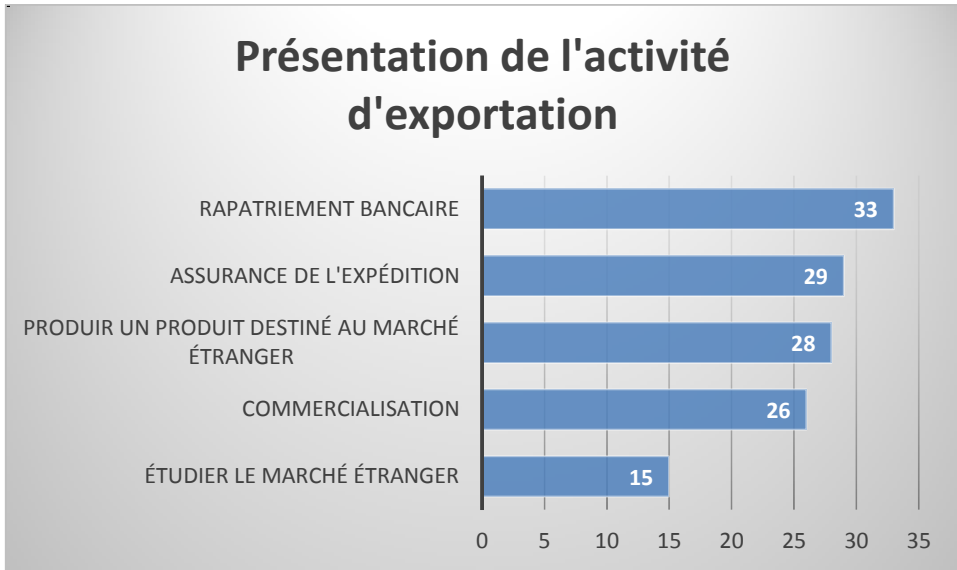
Figure N° 2 : Répartition des réponses sur les axes de recherche :



Dans la figure ci-dessus, les axes de recherche sont représentés par ordre d'importance dans les réponses des dirigeants. En effet les chefs d'entreprises interrogés n'ont pas donné la même importance en matière de concepts clés et en insistance sur ces concepts aux différents axes de recherche. Nous constatons que l'axe qui concerne les difficultés rencontrées lors des exportations a eu la plus grande part d'importance qui représente 39% du totale des réponses, ensuite nous trouvons la présentation de l'activité d'exportation et en dernier lieu se situe le rôle que joue la diplomatie économique dans la promotion et dans l'accompagnement des exportations.

Les données tirées de cette analyse sont justifiées par l'importance des difficultés qui pèsent sur les exportateurs, et le faible rôle de la diplomatie économique dans l'encadrement des exportations.

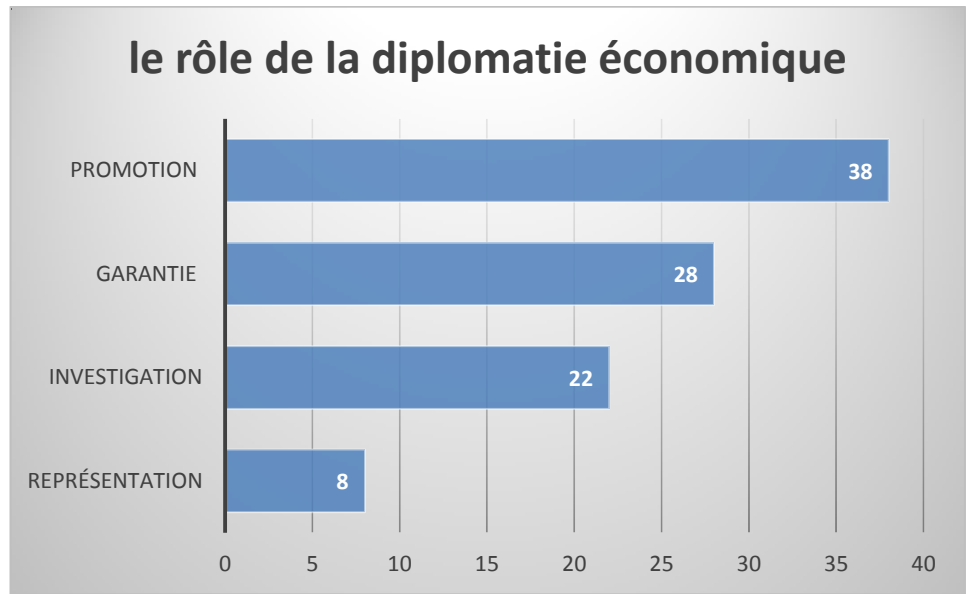
Figure N°3: Présentation de l'activité d'exportation



La figure ci-dessus classe par ordre d'importance des concepts de présentation de l'activité d'exportation des biens à l'étranger. Nous constatons que les exportateurs interviewés mettent l'accent d'une manière franche le rapatriement de devise, ensuite ils montent l'importance de l'assurance de leurs expéditions dans le bon déroulement des opérations d'exportation ainsi que la production des biens destinés aux marchés internationaux. La commercialisation et l'étude du marché étranger sont classées respectivement en bas d'échelle.

Nous pouvons expliquer l'importance donnée au concept lié au rapatriement de devise pour l'effet économique des recettes de l'exportation que pour l'entreprise ainsi que pour le pays. L'assurance de l'expédition a aussi son importance, l'assurance se fait auprès de la CAGEX, un organisme qui donne des informations sur la fiabilité des clients étrangers, et assure le rapatriement de devises en contrepartie de marchandise exporté dans le cas où le client ne paye pas le montant de l'expédition. Ensuite après l'étude de marché étranger, les exportateurs déterminent le besoin de ce marché ainsi que les prix que ce marché est prêt de payer, cela se compare avec les coûts de revient de production nationale ce qui donne la naissance de l'opportunité d'affaire.

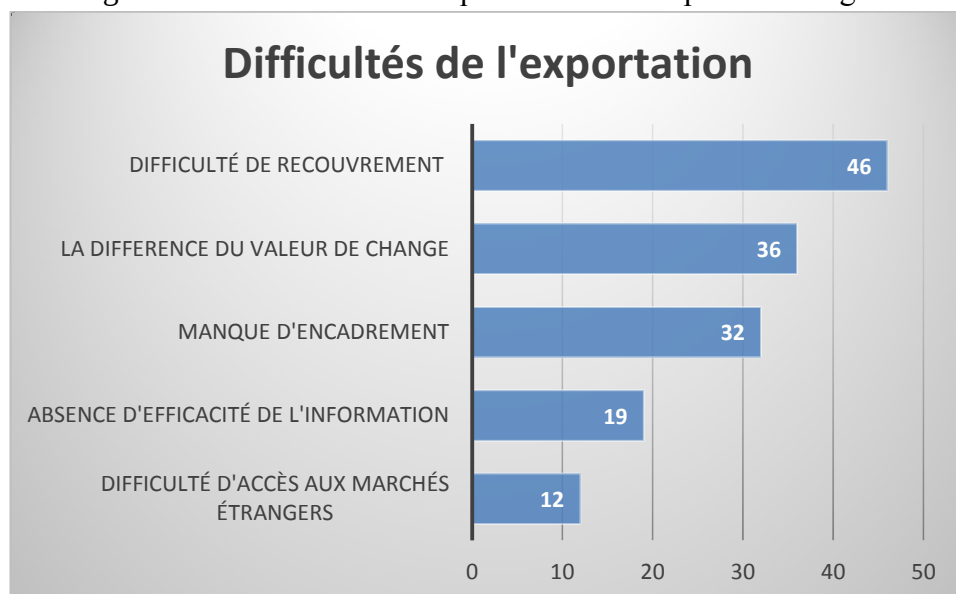
Figure N°4 : Le Rôle de la diplomatie économique dans la promotion et l'accompagnement des exportations



La figure ci-dessus classe les concepts clés du deuxième axe : le rôle de la diplomatie économique dans la promotion des exportations par ordre d'importance accordé à ces concepts. En effet nous ne constatons que le concept « Promotion » est le plus important avec 38 points, ensuite « Garantie » avec 28 points ensuite « Investigation » avec 22 points et en fin « Représentation » avec 8 points.

Selon les exportateurs interviewés le rôle de la diplomatie économique se limite dans l'information des exportateurs des différentes manifestations commerciales internationales (salons et foires) liées à leurs secteurs d'activité et à leurs branches d'industries ainsi la facilitation d'accès à ces manifestations. Le deuxième rôle de la diplomatie économique est celui relatif à donner des informations sur les clients étrangers en matière de solvabilité et de crédibilité, cette même institution qui fournit des informations sur la clientèle étrangère offre des services d'assurance pour garantir le rapatriement de devise en cas où le client fiable selon son rapport ne paye pas le montant de l'expédition.

Figure N° 5 : Les Difficultés que rencontre l'exportateur Algérien.



Selon les résultats récoltés, les difficultés dégagées par les exportateurs interviewés sont classées par ordre décroissant :

- Difficulté de recouvrement avec point : en effet, les exportateurs trouvent des difficultés de recouvrement, la loi en vigueur donne à l'exportateur une durée de 180 jours pour le rappariement du montant de factures d'exportation, et cette durée doit être mentionnée sur la facture de vente, ce qui donne au client tout le temps pour régler son due. Cette situation met l'exportateur en difficulté financière et cela limite sa productivité car la durée de rotation fournisseur est de six (06) mois.

- La différence de la valeur de change entre marché officiel et le marché parallèle (36 points) :

Cette situation met l'économie en générale en difficulté et spécialement les exportateurs qui vendent en devise et reçoivent les devises en taux de change officiel qui reste inférieur qu'au marché parallèle.

- Manque d'encadrement (32 points) : le manque d'encadrement est enregistré par les exportateurs interviewés est dû à l'absence d'un attaché commerciale au sein des différentes représentations Algériennes à l'étranger, aucun rapport sur les situations des marchés internationaux n'est communiqué, et aucun suivi des opérateurs qui exportent leurs produits à l'étranger.

- Absence d'efficacité d'information (19 points) : les informations communiquées par les chambres de commerces sur les marchés étrangers restent vagues et mal exploitée,
- Difficulté d'accès aux marchés étrangers (12 points) : les marchés étrangers sont difficiles à accéder dans l'absence d'une stratégie d'exportation au niveau macro-économique.

IV - Conclusion :

Tout au long de notre développement nous avons essayé de nous rapprocher des opérateurs économiques pour connaître la réalité de leurs activités exportatrices de bien et créatrice de valeur. En effet, lors de notre étude empirique dans laquelle nous avons tenté de connaître cette activité économique, le rôle de la diplomatie économique dans cette activité ainsi que les problèmes que rencontrent ces opérateurs économiques dans l'exercice de leurs activités. Notre étude que nous avons traité d'une manière qualitative vu la nature d'informations que ce sujet nécessite, ainsi que le nombre d'entreprises exportatrice au niveau de la Wilaya d'Oran. Les résultats de recherches que nous avons scindés en trois parties qui sont respectivement « présentation de l'activité d'exportation », « le rôle de la diplomatie économique dans la promotion et l'encadrement de l'activité d'exportation » et « les problèmes rencontrés par les exportateurs ».

Les conclusions que nous avons tiré de notre étude restent d'ordre qualitatif. En effet l'activité d'exportation est une activité d'étude de marché en amont pour connaître le besoin de ce marché ainsi que le prix opportun, ensuite le positionnement par la production d'un bien qui satisfait cette demande et qui permet aussi une création de valeur à travers sa commercialisation, pour finir en aval la commercialisation de la marchandise à travers l'envoi d'un échantillon accompagné par un devis et une fois la commande est confirmée l'exportateur procède à l'assurance de l'expédition et l'envoi de la marchandise et attendre le rapatriement de devise.

Le deuxième axe de recherche a dégagé à son tour dévoile la réalité du rôle de la diplomatie économique dans la promotion et l'encadrement des exportations. En effet la diplomatie économique Algérienne joue un rôle d'information des exportateurs sur les différentes manifestations commerciales internationales. Mais ce rôle reste mineur face à ce que fait la diplomatie économique des autres pays voisins ou celles des leaders commerciaux et industriels mondiaux.

Le dernier axe concerne les problèmes que rencontrent les exportateurs lors des expéditions de leurs productions, ces difficultés sont généralement liées aux facteurs financiers lors de l'encaissement ou lors de dévaluation de leurs rentes en devise causée par la différence entre le taux de change officiel et le taux de change au marché parallèle. Ainsi que d'autres difficultés relatives à l'accès du marché et au manque d'informations pertinentes sur les marchés

ciblés, des difficultés qui font partie de la fonction d'une diplomatie économique efficace.

A la fin de la présente recherche, nous rejetons la première hypothèse, mais ce rejet est partiel. En effet la diplomatie joue un rôle dans la promotion et l'encadrement des exportateurs mais ce rôle reste mineur et /ou inexistant en matière d'accompagnement. Nous acceptons la deuxième hypothèse, la diplomatie économique n'est pas le seul responsable sur la réalité du faible taux d'exportations hors hydrocarbures, nous avons dégagé d'autres paramètres liés aux aspects financiers de l'opération d'exportation.

1- Références

1. AKTOUF, O. (1987). *Méthodologie des sciences sociales et approches qualitatives des organisations : Une introduction à la démarche classique et une critique*. Québec: Les presses de l'Université du Québec.
2. Belgot, F., & Ouali, M. (2021). Modèle économétrique de l'effet de la fiscalité pétrolière sur le taux de change. *Revue Finances & Marchés* , 226-245.
3. Bouadla, S., & Bentayeb, H. K. (2021). The Capabilities and Challenges of Logistic and its Role in The International Trade Exchange. *Revue Finances et Marchés* , 246-265.
4. Djelti, N. (2021). l'effet de la politique monétaire sur la balance des paiements Algérienne. *Revue Finances & Marchés* , 313-332.
5. FRISCH, (. (1999). *Les études qualitatives*. Paris: Edition d'organisation.
6. GAUTHY-SINECHAL, M. ., (2005). *Etudes de marché : Méthodes et outils*. BERTI Editions.
7. GHEDDACHE, L. (2022). Les conditions d'efficacité du redressement des PME défaillantes par la Banque. *Revue Finances & Marchés* , 158-172.
8. KATEB, M. L., & OUDDANE, B. (2019). Les Exportations Hors Hydrocarbures issues de la filière phoenicicole en Algérie. *Revue Finances & Marchés* , 68-85.
9. Kerzabi, D. (2020). L'effet du financement non conventionnel sur l'inflation en Algérie . *Revue Finances et Marchés* , 44-59.
10. Mahcine, H., & Cherchem, M. (2019). Le développement durable et l'innovation marketing dans les services bancaires (le cas des banques algériennes) . *Revue Finances & Marchés* , 47-68.
11. Mimouni, N., & Bentalbi, F. (2020). Strandard Modeling of The effect of exchange ratechanges on the algerian trande. *Revue Finances et Marchés* , 398-417.
12. OULD BENZAZA, Z. (2022). The impact of oil price fluctuations on the balance of payments of Arab host countries for foreign direct investment. *Revue Finances & Marchés* , 475-493.
13. PELLEMANS, (. (1999). *Recherche quantitative en marketing*. Bruxelles: Boech&Larcier.
14. Semouk, N. (Juin 2017). L'algérie Face aux défis de l'organisation mondiale du commerce. *almiyar* , 408-419.

15. Talahite, F. (2016). Désindustrialisation et industrialisation en l'Algérie, le rocher de Sisyphe. *L'Esprit du temps* , 130-151.