

LE DEFI DE L'INTERNATIONALISATION DES PME EN ALGERIE

Samir SEKKAL, Doctorant, Ecole des Hautes Etudes Commerciales.

Résumé :

Il est clair que les PME Algériennes ne fonctionnent pas à la hauteur des potentialités du marché. Au-delà des difficultés rencontrées sur le terrain, notamment en termes d'accès au financement, les PME traversent, et ce depuis toujours, une véritable crise managériale.

Cet article vise à démontrer que l'ouverture actuelle des marchés favorise une forte concurrence, qui nécessite la compétitivité et l'internationalisation des entreprises. Les PME Algériennes, en tant qu'entités, domaine, et cadre de cette réflexion apparaissent comme la variante intermédiaire.

Mots clés : Internationalisation, PME, Algérie, Marketing, ALGEX, Promotion, Exportation, Accord d'Association, Zone Arabe, Libre Echange, Tunisie, UE, exportations hors hydrocarbures, Promex.

1. Introduction

La force actuelle des économies des pays développés réside en grande partie, dans le maillage de ces économies par un nombre important de PME, qui assurent une part considérable de la production, de la commercialisation, mais aussi de la recherche et du développement. La flexibilité de leur structure, leur réactivité et leur capacité à s'adapter aux pressions multiples de l'environnement notamment économique, leur aptitude à assurer une intégration économique et le développement local des régions, montrent que leur place dans l'économie gagne en importance et mettent à l'abri de toute négligence, leur rôle dans le processus de développement économique et social. Par ailleurs, la petite et moyenne entreprise se distingue de la grande entreprise par ses spécificités en matière de financement, d'organisation et de mode de gestion. Elle s'érige aujourd'hui en acteur majeur de la sphère industrielle dans la plupart des pays, même dans les pays en voie de développement qui traversent une forte période de transformation de leur environnement économique marqué par la

transition vers l'économie de marché. En Algérie, pays qui vit une transformation radicale de son environnement économique depuis près d'une vingtaine d'années, il faudra remonter à la fin des années quatre-vingt pour déceler les prémices d'une politique favorable au développement des PME notamment privées.

En 2017, le Ministère de l'Industrie chargé de la PME, indiqué que le nombre de créations de PME sur les dix dernières années été dérisoire. Sur un objectif de plus d'un million de PME en 2015, il n'y a eu que 935.000 entreprises, sur un objectif global de 2 millions de PME à l'orée de 2025. Par ailleurs, selon le président de la Fédération nationale des jeunes entrepreneurs¹³ « 40 % des micro-entreprises algériennes encourent une faillite imminente ».

Ce constat ne doit pas être un constat d'échec, mais doit plutôt inciter les acteurs à une nouvelle vision basée principalement sur la nécessité que la PME ne peut pas et ne doit pas se satisfaire uniquement sur le plan national, mais davantage sur le plan international.

Compte tenu de la place centrale qu'occupe l'Algérie dans la sous-région et étant le plus grand pays d'Afrique, l'objectif est de montrer les potentialités des PME algériennes, et d'envisager les possibilités de leur développement hors des frontières nationales. Il s'agit de définir et de proposer un cadre de planification stratégique des activités des PME algériennes pour aboutir à un avantage pouvant faciliter leur intégration dans les marchés principalement d'Afrique et du Maghreb et dans le bassin méditerranéen et les pays arabes. En effet, plusieurs entreprises exportent leur production vers ces pays, mais de manière sporadique. Les possibilités de développement dans ces marchés sont réelles et nombreuses.

Il est clair que les PME algériennes ne fonctionnent pas à la hauteur des potentialités du marché. Au-delà des difficultés rencontrées sur le terrain, notamment en matière d'accès au financement, les PME traversent, et ce depuis toujours, une véritable crise managériale. Les promoteurs, qui sont aussi pour la plupart les principaux dirigeants des PME, centralisent tout le fonctionnement de l'entreprise autour de leur personne.

¹³ Déclaration faite le 26 juin 2018, lors d'une conférence de presse en marge des assises régionales des micro-entreprises de l'est du pays selon le journal El Bilad.

Pour faire face au défi de compétitivité et contribuer à l'amélioration des structures de l'économie, la PME algérienne devrait prendre en considération les éléments suivants :

- Investir dans les branches d'activité dans lesquelles la PME dispose de moyens et de ressources susceptibles d'être source de compétitivité à l'échelle internationale. ;
- Améliorer quantitativement et qualitativement ses ressources humaines, en mobilisant les actions de formation dans les nouveaux métiers particulièrement ceux entrant dans le cadre du potentiel de l'entreprise ;
- Marquer significativement sa présence sur les plates-formes, salons, foires, expositions nationales et internationales afin de maximiser sa visibilité;
- Encourager l'interaction, l'établissement de réseaux de contacts et nouer des partenariats avec des entreprises susceptibles d'apporter de la valeur ajoutée, tout en adaptant son réseau ;
- Encourager la capacité entrepreneuriale d'apercevoir les opportunités et de faire face aux défis de la mondialisation et de l'innovation technologique rapide ;
- Assurer la compétitivité des PME en stimulant l'innovation des produits, des processus, des routines de gestion et des stratégies marketing ;
- Améliorer l'accès au financement et à l'informatique, y compris le commerce électronique mondial.

Cette réflexion vise à démontrer que l'ouverture actuelle des marchés doit favoriser l'expansion des entreprises algériennes au-delà de la simple vision nationale.

Par ailleurs, passons en revue l'un des principaux organismes de l'Etat opérant dans le commerce extérieur, en l'occurrence l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) et son Dispositif National de Promotion des Exportations Hors hydrocarbures.

2. Présentation du dispositif de promotion des exportations

2.1. Le Cadre Institutionnel : A partir de 1996, un dispositif de promotion et de soutien au développement des exportations hors hydrocarbures a été mis en place. Ces principaux outils sont :- L'Office National de Promotion du Commerce Extérieur (PROMEX). (*Décret exécutif n°96-234 du 1er Octobre 1996*)

- La Compagnie Algérienne d'Assurance et de garantie des Exportations (CAGEX). (*Ordonnance n°96-06 du 10 Janvier 1996*)
- Le Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE). (*Loi de Finance de 1996, article 129*)

En 2003 est intervenu le renforcement de ce dispositif notamment à travers :

L'ordonnance n°03-04 du 19 juillet 2003, relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation et d'exportation de marchandises, qui a institué :

- Le Conseil National Consultatif de Promotion des Exportations (CNCPE).
- L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX).

2.2. Les Mesures Incitatives

Parmi les mesures incitatives nous pouvons citer :

- Les mesures Financières : Subventions et Aides (FSPE) + Autres ;
- Les mesures Fiscales : Exonération (TVA, TAP, IBS) ;
- Les Facilitations douanières : Allègement des procédures, Régimes douaniers appropriés ;
- Un Dispositif bancaire adapté : Délais de rapatriement revu, Taux de rétrocession de devises réajustées.

2.3. Les Accords Commerciaux

Accord d'Association avec l'UE

Période : 2005-2017 Importations depuis l'UE	Période : 2005-2017 Exportations HH Algérie vers UE	Tx de couverture(HH)
275 Milliards de \$	15,8 Milliards de \$	6%
23 Milliards de \$/an	1,3 Milliard de \$/an	

Algex mai 2018

Accord de la Zone Arabe de Libre Echange

Période : 2009-2017 Importation depuis la GZALE	Période : 2009-2017 Exportations HH Algérie vers GZALE	Tx de couverture(HH)
21,6 Milliards de \$	2 Milliard de \$	9%
2,7 Milliards de \$/an	0,25 Milliard de \$/an	

Algex mai 2018

Accord commercial préférentiel avec la Tunisie

Période 2014 - 2017 Importations depuis la Tunisie	Période 2014 – 2017 Exportations HH Algérie vers la Tunisie	Tx de couverture(HH)
1,3 Milliards de \$	184 Millions de \$	14%
433 Millions de \$/an	61,3 Millions de \$/an	

Algex mai 2018

« Les exportations totales de l'Algérie en 2017 ont été de 34 763 millions \$ dont 1 899 millions \$ d'exportation Hors Hydrocarbures »

« Il ressort du constat global sur l'impact de ces accords commerciaux sur les exportations hors hydrocarbures que les effets escomptés n'ont pas été produit en termes d'accroissement de parts de marchés pour les produits algériens en dépit des avantages accordés en termes de préférence tarifaire »

3-1. Au titre de la cellule d'écoute :

Les travaux effectués dans le cadre de la cellule d'écoute et de suivi des exportations mises en place au niveau de l'Agence de

promotion des exportations hors hydrocarbures, se sont soldés par l'application de mesures suivantes :

Au niveau douanier :

- L'allègement des contrôles et formalités dédouanement en réduisant les délais de dédouanement des produits périssables (01 jour), autres produits (04 jours) ;
- La simplification du régime de l'admission temporaire pour perfectionnement actif ;
- La mise en place du régime de la vente en consignation ;
- L'autorisation donnée pour l'exportation des produits subventionnés.

Au niveau bancaire :

- Le rallongement du délai de rapatriement des recettes d'exportation à 360 jours ;
- L'annulation de la procédure de pré-domiciliation électronique préalable pour les opérations d'exportation ;
- Sous le régime d'admission temporaire pour perfectionnement actif, l'opérateur est autorisé à régler sa facture avec ses propres devises, sans attendre l'accord préalable de la Banque d'Algérie.

Au niveau des règles et normes de certification :

- La mise en place d'un système national de labellisation (Ind-Géo) pour la figue sèche de Béni Maouche, la datte Deglet Nour de Tolga et prochainement l'olive de table de Sig.
- La simplification des délais et procédures de délivrance des certificats de conformité pour les produits à l'exportation par le CACQE (Inst. MICO).

La désignation d'un organisme algérien pour agréer la certification HALAL.

3-2. Au titre du Projet de la Stratégie Nationale des Exportations :

Avec l'appui technique du CCI de Genève, le Ministère du commerce s'est engagé dans l'élaboration d'une Stratégie Nationale des Exportations déclinée en trois étapes :

Étape1 : Production d'une feuille de route (échéance fin juillet 2018)

Étape 2 : Finalisation de la SNE (courant 2ème sem-2018)

« Ces deux étapes seront achevées avec l'approbation du document final de la SNE par le Gouvernement »

Étape 3 : Mise en œuvre de la SNE : 2019-2024

Ce processus a été lancé à travers l'organisation de trois (03) consultations nationales. A l'heure actuelle, Quatre (04) objectifs stratégiques ont été définis :

- Diversifier l'économie et les exportations algériennes pour en renforcer la résilience et la durabilité.
- Améliorer le climat des affaires pour attirer les investissements et renforcer la compétitivité des entreprises et les aider à intégrer les chaînes de valeurs mondiales.
- Renforcer les capacités de la qualité de production et de gestion des entreprises orientées à l'export.
- Favoriser le commerce extérieur dans le cadre du développement durable, et de la justice sociale.

Quatre secteurs prioritaires ont été également identifiés lors de ces consultations. Il s'agit des secteurs suivants :

- Produits pharmaceutiques ;
- Technologies de l'information et de la communication ;
- Produits alimentaires et boissons ;
- Equipements de transport (composants automobiles) et électronique

Quatre fonctions transversales d'appui au commerce ont été identifiées comme prioritaires, il s'agit de :

- L'information et la promotion commerciale ;
- La gestion de la qualité ;
- La facilitation des échanges et de logistique ;
- Le financement à l'export ;

3-3. Au titre du renforcement de la promotion et de l'accompagnement des entreprises à l'export :

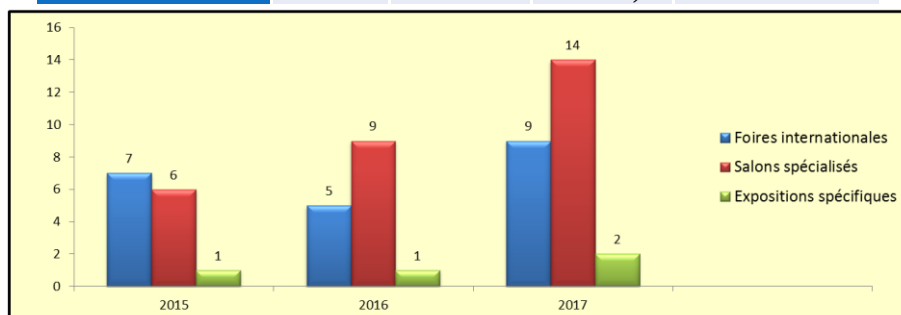
1. Renforcement à partir de 2017 du programme officiel de participation de l'Algérie aux Foires et Salons à l'étranger avec une prédominance de la destination « Afrique »¹⁴.

Au total, durant les trois (03) dernières années, l'évaluation de la participation de l'Algérie aux foires et salons se présente ainsi :

¹⁴ MAE

Evolution de la participation algérienne aux manifestations commerciales à l'étranger Période (2015-2017) (MAE)

Intitulés	2015	2016	2017	Évolution (2017/2016)
Foires internationales	7	5	9	80%
Salons spécialisés	6	9	14	56%
Expositions spécifiques	1	1	2	100%
Total (réalisé)	14	15	25	67%
Nombre d'entreprises participantes	223	236	518	119%
Dont : entreprises publics	8 Privées et 3 Publics (Expo. Yaoundé)	17 privées et 06 Publics (Expo. Benin)	63 privés et 9 publics et (Expo Nouakchott) 47 privés et 41 publics (FI. Bamako)	



Algex mai 2018

2. Développement des réseaux commerciaux et des groupements à l'export :

- Lancement en Avril 2017 d'un deuxième comptoir commercial algérien à DAKAR, après celui déjà opérationnel en Côte d'Ivoire, lancé en septembre 2015.
- Installation d'un Consortium des plantes aromatiques et médicinales et des huiles essentielles (PAM&HE).
- Encadrement et accompagnement à l'export des coopératives agricoles.

3- Evaluation des performances à l'exportation

En analysant la période 2000-2017 nous pouvons constater un faible niveau des exportations hors hydrocarbures par rapport aux capacités de l'économie nationale.

Valeur En Millions de USD	2000	2005	2010	2014	2015	2016	2017
Total Export	22 031	46 002	57 053	62 886	37 787	30 026	34 763
Export HH	612	907	1 526	2 582	2 063	1 805	1 899
% Export HH / Total Export	3	2	3	4	5	6	5,4

DONNEES PROMEX 2000-2017

Répartition des exportations hors hydrocarbures par secteur Période:2014-2017

5-Conclusion:

Il est clair à travers cette analyse que l'exportation est peu diversifiée, peu essaimées, avec très peu de produits industriels mais avec des changements dans la structure des exportations notamment :

- 69 % des produits relèvent du secteur de la chimie et parachimie, contre 79% en 2014 ;
- Une nette amélioration de la part des produits agricoles et agricoles transformés dans le total export, qui passe de 13% en 2014 à 18% en 2017 ;
- 68 % des exportations HH vont vers les pays de l'UE dont la majorité à l'état brut, contre 82% en 2014 ;
- 10 premiers exportateurs sur 769 représentent 86% des exportations Hors-Hydrocarbures contre 92% en 2014 ;
- 10 premiers produits totalisent 88 % de la valeur totale des Exportations HH contre 92 % en 2014 ;
- L'apparition de nouveaux produits à l'export tels que :Fontes brutes non alliés, Médicaments, Appareils électroniques, électromécanique, Smartphone ;
- Le retour des exportations de pâtes alimentaires, couscous et huiles alimentaires, et produits de la biscuiterie ;
- Les premières exportations de ciment vers l'Afrique de l'ouest ;
 - Et prochainement, l'exportation de fer à partir du port d'Arzew.

Bibliographie :

- Docteur BAALOU DJ Boulaid "Revue des économies nord Africaines" N°4, Juin 2006
- Ghislaine LEGRAND, Hubert MARTINI « Management des opérations de commerce international » Importer Exporter 7ème Edition Dunod, Paris 2005
- GLOWIK Mario, Smyczek Slawomir, International Marketing Management: Strategies, Concepts and Cases in Europe, Oldenbourg Verlag, 2011
- Henri Regnault : « Intégration euroméditerranéenne et stratégies économiques », 2003
- Jacques Fontanel "Géoéconomie de la globalisation" office des publications universitaires 2005
- Philipe Kotler, Kevin Keller, Bernard Dubois Delphine Manceau "Marketing management" 12e édition 2006
- Tayeb Chenntouf, L'Algérie face à la mondialisation, Dakar, CODESRIA, 2008
- Salah Mouhoubi, La régression de l'Afrique et du monde arabe face à la mondialisation, L'Harmattan, 2009
- Office National de Promotion du Commerce Extérieur (PROMEX)
- Compagnie Algérienne d'Assurance et de garantie des Exportations (CAGEX)
- Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX)
- Ministère des Affaires Etrangères (MAE)