



Université d'Oran 2

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

**THESE**

Pour l'obtention du diplôme de Doctorat en Sciences  
En Sciences Economiques

**La part de marché à l'exportation de l'Algérie « 2001 – 2015 » :  
changements structurels et compétitivité**

Présentée et soutenue publiquement par :

M<sup>lle</sup> SADEK Djamila

Devant le jury composé de:

Mr SALEM Abdelaziz	Prof	Université d'Oran 2	Président
Mr DERBAL Abdelkader	Prof	Université d'Oran 2	Rapporteur
Mr EL AFFANI Amar	M.C.A	Université d'Oran 2	Examineur
Mr SAHRAOUI Benchiha	Prof	Université de Sidi Bel Abbès	Examineur
M <sup>me</sup> BOUTIFOUR Zohra	M.C.A	ENPO D'Oran	Examinatrice
Mr SEDDI Ali	M.C.A	Université de Tiaret	Examineur

Année 2018 – 2019



Université d'Oran 2

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion

**THESE**

Pour l'obtention du diplôme de Doctorat en Sciences  
En Sciences Economiques

**La part de marché à l'exportation de l'Algérie « 2001 – 2015 » :  
changements structurels et compétitivité**

Présentée et soutenue publiquement par :

M<sup>lle</sup> SADEK Djamila

Devant le jury composé de:

Mr SALEM Abdelaziz	Prof	Université d'Oran 2	Président
Mr DERBAL Abdelkader	Prof	Université d'Oran 2	Rapporteur
Mr EL AFFANI Amar	M.C.A	Université d'Oran 2	Examineur
Mr SAHRAOUI Benchiha	Prof	Université de Sidi Bel Abbès	Examineur
M <sup>me</sup> BOUTIFOUR Zohra	M.C.A	ENPO D'Oran	Examinatrice
Mr SEDDI Ali	M.C.A	Université de Tiaret	Examineur

Année 2018 – 2019

## ***Remerciements***

*Je tiens à remercier en premier lieu Allah, le tout puissant de nous avoir accordé santé, courage et volonté pour accomplir ce travail de recherche.*

*Je tiens à exprimer ma profonde reconnaissance à mon directeur de thèse, le professeur DERBAL Abdelkader pour sa très forte implication tout au long de ce travail. Je le remercie également pour ses conseils et orientations qui ont été d'un apport considérable à la réalisation de ce travail. Ce travail n'aurait certainement pas pu joindre le bout sans leur soutien efficace et bienveillant.*

*J'adresse, également, mes vifs remerciements aux membres du jury :*

Mr SALEM Abdelaziz,

Mr EL AFFANI Amar,

Mr SAHRAOUI Benchiha,

M<sup>me</sup> BOUTIFOUR Zohra

et Mr SEDDI Ali

*Pour m'avoir fait l'honneur d'évaluer mon travail*

*Et à tous ceux qui m'ont encouragée à finaliser ce travail de recherche.*

***Djamila SADEK***

## *Dédicaces*

*Je dédie ce travail de recherche à mes chers parents qui m'ont beaucoup aidée et qui m'ont soutenue dans toutes les épreuves*

*A ceux que j'aime et qui m'aiment.*

*Djamila SADEK*

## Liste des abréviations

ACR : Avantage Comparatif Révélé.

BM : Banque mondiale.

CMSA : Constant Market Share Analysis.

CRD : Coût des Ressources Domestique.

CUMO : coût unitaires de main d'œuvre.

DIT : Division Internationale du Travail.

FMI : Fonds Monétaire Internationale.

FMN : Firmes Multinationales.

HOS : Heckscher-Ohlin- Samuelson.

IDE : Investissement Direct Etranger.

IMD: Institute for Management Development.

NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication.

OCDE : Organisation de coopération et de développement économiques.

OMC : Organisation Mondiale de Commerce.

PAS : Programme d'Ajustement Structurel.

PCCE : Programme Complémentaire de la Croissance Economique.

PCSC : Plan Complémentaire du Soutien à la Croissance.

PIB : produit intérieur brut.

PSRE : Programme Spécial de Relance Economique.

TIC : Technologies de l'Information et de la Communication.

UMA: Union du Maghreb Arabe.

WCY: World Competitiveness Yearbook.

ZLE : Zone de Libre-Echange.

# **SOMMAIRE**

Sommaire	
Remerciements	i
Dédicaces	ii
Liste des abréviations	iii
Liste des figures et des tableaux	viii
Introduction générale	1
<b>Chapitre 1 : Revue de La Littérature théorique de la compétitivité</b>	8
Section 1: la mondialisation : nature et conséquence	10
Section 2: La compétitivité : émergence, définitions et niveaux d'analyse	12
Section 3: Les théories de commerce internationale à l'épreuve de la compétitivité « de la richesse à la compétitivité des nations »	16
<b>Chapitre 2 : La compétitivité : déterminants, indicateurs et mesures.</b>	45
Section 01 : Revue de La Littérature empirique de la compétitivité	47
Section 02: la compétitivité: types et déterminants	53
Section 03: Les indicateurs de mesure de la compétitivité	59
<b>Chapitre 3 : Une vue d'ensemble sur la tendance de commerce mondial et l'économie algérienne</b>	74
Section 01 : Un aperçu sur la tendance de commerce mondial.	75
Section 02 : Un aperçu sur l'historique de l'économie algérienne.	84
Section 03 : Essentiels contraintes et enjeux pour l'économie algérienne.	100
<b>Chapitre 4 : Les exportations algériennes : changements structurels et compétitivité</b>	109

Section 01 : les exportations de l'Algérie une vue d'ensemble.	110
Section 02 : Présentation de la méthodologie de travail et littérature récente sur l'analyse de l'évolution des parts de marché à l'exportations.	123
Section 03 : Analyse de la compétitivité algérienne à travers la méthode Constant Market Share Analysis «CMSA »	126
<b>Conclusion générale</b>	150



## **Liste des figures et des tableaux**

<b>Figures</b>		
<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>pages</b>
Figure 1-1	Equilibre sur un marché en situation de concurrence monopolistique	26
Figure 1-2	Les effets de l'accroissement de la taille du marché	27
Figure 1-3	La relation entre la productivité et les profits des firmes dans le modèle de Melitz	32
Figure 1-4	La relation entre les profits et les ventes intérieures, les exportations et l'Investissement Direct Etranger (IDE)	34
Figure 1-5	Dispersion des firmes par forme organisationnelles (d'après Antràs et Helpman, 2004)	38
Figure 1-6	Le choix d'intégration verticale ou externalisation d'une firme à forte intensité de services de siège implantée dans le nord	39
Figure 1-7	le système de l'avantage concurrentiel des nations selon Porter	42
Figure 2-1	Les quatre facteurs de compétitivité selon le « World Competitiveness Yearbook »	48
Figure 2-2	Les 12 piliers de la compétitivité selon « The Global Competitiveness Report »	51
Figure 2-3	Les déterminants de la compétitivité	57
Figure 2-4	Indicateurs de compétitivité au niveau d'une firme	60
Figure 3-1	Part des exportations mondiales dans le PIB mondial, 1870-1998 (pourcentage)	76
Figure 3-2	Poids des grandes puissances dans le commerce mondial 1850-1913 (exportations et importations en pourcentage du commerce mondial)	79
Figure 3-3	Répartition en pourcentage de la production manufacturière mondiale	80
Figure 3-4	L'effondrement du commerce mondial pendant la Grande dépression, 1929-1933 (Valeurs mensuelles en millions d'anciens \$EU)	81
Figure 3-5	Répartition des produits des exportations mondiales de marchandises depuis 1955 (pourcentage)	82
Figure 3-6	Effort d'investissement de l'Etat	89
Figure 3-7	L'évolution des recettes pétrolières de 1970 à 1997	92
Figure 3-8	Evolution de la part des importations de l'Algérie par catégories pour la période 2005/ 2014 (pourcentage)	103

Figure 4-1	Taux de croissance annuel des exportations algériennes et des importations mondiales de 2001 à 2015	112
Figure 4-2	L'évolution des importations Mondiales et les exportations algériennes de 2001 à 2015 Milliards USD	113
Figure 4-3	Evolution de la part de marché à l'exportation de l'Algérie comparativement à un échantillon de pays émergents	116
Figure 4-4	Evolution de taux des exportations algériennes des hydrocarbures comparativement aux exportations hors Hydrocarbures	117
Figure 4-5	Evolution du prix de pétrole de 2001 jusqu'à 2015 "Dollars"	120
Figure 4-6	Evolution de la part des principaux clients de l'Algérie de 2001 à 2015	122
Figure 4-7	Le profil des exportations algériennes par catégories de produits de 2001-2015	132
Figure 4-8	Le profil des exportations algériennes par zones de destination de 2001-2015	134
Figure 4-9	Décomposition de la variation de la part de marché globale de l'Algérie durant la période 2001-2015	135

<b>Tableaux</b>		
<b>N°</b>	<b>Titre</b>	<b>pages</b>
Tableau 1-1	les choix organisationnels d'une firme « Sources de biens ou services intermédiaires »	36
Tableau 1-2	Les fondements des théories du commerce international depuis les années 1800 à ce jour	40
Tableau 3-1	Évolution du PIB, des échanges et des investissements En milliards de dollars courants (base 100 en 1970)	84
Tableau 3-2	L'évolution des importations algériennes de 2000 à 2016	102
Tableau 4-1	L'évolution des exportations algériennes de 2001 à 2015	111
Tableau 4-2	Evolution de la part de marché à l'exportation d'un échantillon des pays émergents.	115
Tableau 4-3	Evolution de la part en % des hydrocarbures dans les exportations de quelques pays en développement OPEP et non OPEP	118
Tableau 4-4	Evolution des exportations algériennes durant la période (2001-2015)	119

Tableau 4-5	Evolution de la part des exportations de l'Algérie par principaux pays de destination	121
Tableau 4-6	Importations mondiales par catégories de produits (parts et taux de croissance annuels moyens), 2001-2015	127
Tableau 4-7	Importations mondiales par zones de destination (parts et taux de croissance annuels moyens), 2001-2015	128
Tableau 4-8	Exportations de l'Algérie par catégories de produits (parts et taux de croissance annuels moyens), 2001-2015	129
Tableau 4-9	Evolution de la part des exportations algériennes par catégories de produits 2001-2017	130
Tableau 4-10	Exportations de l'Algérie par zones de destination (parts et taux de croissance annuels moyens), 2001-2015	133
Tableau 4-11	Résultats de la CMSA pour la part de marché à l'exportation de l'Algérie de 2001 à 2008, de 2009 à 2013 et de 2014 - 2015	136
Tableau 4-12	Résultats de calcul de la CMSA par catégories de produits 2001-2015	137
Tableau 4-13	Résultats de calcul de la CMSA par zones de destination 2001-2015	138
Tableau 4-14	Résultats de calcul de la CMSA par catégories de produits 2001-2008	139
Tableau 4-15	Résultats de calcul de la CMSA par zones de destination 2001-2008	140
Tableau 4-16	Résultats de calcul de la CMSA par catégories de produits 2009-2013	141
Tableau 4-17	Résultats de calcul de la CMSA par zones de destination 2009-2013	142
Tableau 4-18	Résultats de calcul de la CMSA par catégories de produits 2013 -2014	143
Tableau 4-19	Résultats de calcul de la CMSA par zones de destination 2013 -2014	144
Tableau 4-20	Résultats de calcul de la CMSA par catégories de produits 2014-2015	145
Tableau 4-21	Evolution de la part des exportations des produits hors groupe énergie (2010/2016)	145
Tableau 4-22	les principaux produits hors groupes énergie exportés par l'Algérie	146
Tableau 4-23	Résultats de calcul de la CMSA par zones de destination 2014 -2015	147

# **Introduction générale**

## Introduction générale

Dès les années quatre-vingt, les relations économiques internationales ont connu plusieurs bouleversements. Aussi le monde connaît des changements considérables concernant l'investissement, la technologie, l'énergie et les autres ressources naturelles, le coût des transports et les institutions. Ces changements avaient un impact direct sur l'économie mondiale surtout sur le commerce international, et ce avec une grande amélioration dans plusieurs domaines comme le transport, la télécommunication et la technologie de l'information, conjuguées à une intégration économique plus poussée et une plus grande ouverture commerciale. « *De ce fait, les pays sont devenus moins spécialisés dans l'exportation de tel ou tel produit et, en conséquence, plus proches les uns des autres en ce qui a trait à la composition de leurs exportations. L'avantage comparatif, c'est -a -dire les différences internationales d'efficacités relatives entre les produits, s'est amenuisée avec le temps dans de nombreux pays, tout en se déplaçant géographiquement* »<sup>1</sup>. Entre 1980 et 2001, le commerce international des marchandises a augmenté de plus de 7% par an en moyenne.

De 1965 à 2010, le volume du commerce mondial a diminué quatre fois, la première en 1975 avec une baisse de -7 %, la deuxième en 1982 avec une diminution de - 2%, la troisième en 2001 (-0,2%)<sup>2</sup> et la quatrième en 2009 . Le commerce mondial des marchandises en volume a fléchi de 12,2 %. La crise économique et financière qui a secoué le monde en 2008 a provoqué en 2009 un recul mondial, qui a entraîné une contraction du commerce sans précédent en plus de 70 ans<sup>3</sup>. Cette diminution était due en partie à la baisse du volume des échanges, le reste s'expliquent surtout par la diminution des prix des produits de base, en particulier le pétrole (baisse de 37%). C'est ainsi qu'en 2011 la croissance des échanges a été tout aussi impressionnante puisque les volumes échangés étaient quatre fois supérieurs à ceux de 1980 et la part des économies en développement atteignait 47%<sup>4</sup>.

En 2015, la valeur du commerce des biens et des services a diminué après avoir légèrement augmenté durant la période 2012-2014. Cette diminution du commerce international

---

<sup>1</sup> OMC, 2015, **Accélérer le commerce : avantages et défis de la mise en œuvre de l'Accord de l'OMC sur la facilitation des échanges**, Rapport sur le commerce mondial 2015, p 4.

<sup>2</sup> OMC, 2010, **Le commerce des ressources naturelles**, Rapport sur le commerce mondial 2010, p 20.

<sup>3</sup> Ibid.

<sup>4</sup> OMC, 2013, **Facteurs déterminant l'avenir du commerce mondial**, Rapport sur le commerce mondial 2013, p 5-6.

était due à de nombreux facteurs parmi lesquels le ralentissement économique en chine, la grave récession au Brésil, la chute des prix de pétrole et des autres produits de base et la volatilité des taux de changes<sup>1</sup>. En 2016, le commerce international des marchandises a marqué sa plus petite hausse dès la crise économique et financière qui a secoué le monde en 2008 avec un taux de 1,3%. Ce chiffre représente la moitié du niveau de croissance de 2015 et il est inférieur à la croissance annuelle moyenne de 4,7% enregistrée depuis 1980<sup>2</sup>. Au contraire, pour l'année 2017, les exportations mondiales des marchandises ont enregistré une augmentation pour atteindre 17 730 milliards de \$EU (4,7 % en volume ceci la plus forte hausse en six ans) contre 16 030 milliards de \$EU en 2016, et ce à cause d'une hausse dans les produits de base<sup>3</sup>.

Dans ce contexte, l'insertion dans l'économie mondiale nécessite certainement la diversification et la compétitivité de l'économie nationale afin d'augmenter et d'améliorer leur part de marché international. Plusieurs pays à travers le monde (comme le Mexique, la Malaisie et le Singapour) sont passés de pays en voie de développement au rang de pays émergents grâce à des réformes; ils ont pu améliorer leur insertion dans l'économie mondiale.

L'Algérie demeure un pays mono exportateur d'hydrocarbures depuis son indépendance, malgré la priorité donnée surtout dernièrement par le gouvernement à la diversification des exportations dans les plans de développement de son économie. Cette situation fait que la santé de l'économie algérienne est dépendant au balancement du prix mondial du pétrole soit à la hausse ou à la baisse. En d'autres termes, toute la sphère de l'économie algérienne est soumise à l'aléa des marchés pétroliers et gaziers.

Au cours de la période 2001-2017, la part des exportations de l'Algérie dans le commerce international en termes de produits passe de 0,30 % en 2001 à 0,49 % en 2008, suivie d'une baisse à 0,2% en 2017<sup>4</sup>. L'analyse des exportations algériennes au niveau international en ce qui

---

<sup>1</sup> OMC, 2016, **L'examen Statistique Du Commerce Mondial 2016**, Rapport sur le commerce mondial 2016, p16.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> OMC, 2018, **Examen statistique du commerce mondial 2018**, Rapport sur le commerce mondial 2018, p10.

<sup>4</sup> Calculé à partir des données **d'International Trade Centre market analysis tools**,

<http://www.intracen.org/marketanalysis>

Le centre international du commerce (ITC : agence conjointe de l'OMC et des Etats Unis) nous donne des statistiques annuels et mensuels sur les échanges internationaux (exportations et importations) par produits et par pays de destination. Il donne aussi plusieurs indicateurs sur l'efficacité, la compétitivité, ainsi que stratégique en matière commerciale.

concerne l'évolution de la part du marché international, leurs compositions en termes de produits et leurs destinations géographiques sont devenues comme un enjeu très important afin de connaître les coefficients qui expliquent la faiblesse ou la diminution de ces exportations.

L'analyse de la part du marché à l'exportation de l'Algérie est considérée comme un enjeu très important pour mesurer notre compétitivité. Le but de ce travail de recherche est d'appliquer la méthode de Constant Market Share Analysis «CMSA» à la part de marché à l'exportation de l'Algérie, et ce afin de connaître vraiment notre position en terme de compétitivité au niveau mondial durant la période 2001-2015.

### **L'objectif de la recherche :**

L'objectif de ce travail de recherche est d'analyser l'évolution de la part de marché international de l'Algérie de 2001 à 2015. De façon spécifique, il est aperçu nécessaire :

- De comprendre la tendance de commerce mondial et les exportations algériennes en termes de produits ;
- D'étudier et d'analyser la part de marché à l'exportation de l'Algérie durant la période 2001 – 2015 et ce à travers la méthode de « CMSA » ;
- De montrer que la baisse des prix de pétrole est l'une des facteurs qui influent de la variation de la part de marché international de l'Algérie;
- D'analyser les facteurs à l'origine de la faible part de marché à l'exportation de l'Algérie;
- De montrer en quoi la non diversification des exportations algériennes est un facteur important dans l'explication de faible part de marché internationale de l'Algérie.

### **La problématique de recherche :**

Pour mener ce travail de recherche à terme, nous essayerons d'apporter une réponse à la problématique suivante :

**L'économie algérienne a-t-elle pu améliorer sa performance exportatrice et sa part de marché à l'exportation durant la période 2001-2015?**

Pour répondre à cette question, il apparaît plus important de poser questions complémentaires suivantes :

- ❖ La composition des exportations algériennes en termes de produits est-elle adaptée aux évolutions de la demande d'importations ?



- ❖ Quels sont les facteurs explicatifs de la faible part de marché internationale de l'Algérie?
- ❖ Quel est le degré d'implication des chutes de prix du pétrole dans l'explication de la baisse de part de marché à l'exportation de l'Algérie?

### **Hypothèses retenues :**

Afin de répondre aux questions posées, nous avons envisagé les hypothèses suivantes:

- ❖ La composition des exportations algériennes en termes de produits n'est pas adaptée aux évolutions de la demande d'importations;
- ❖ La non diversification des exportations, la faible compétitivité et la spécialisation géographique défavorable sont les facteurs à l'origine de la faible part de marché internationale de l'Algérie;
- ❖ A cause de la baisse des prix du pétrole au niveau mondial pendant le second semestre de l'année 2014, la part de marché à l'exportation de l'Algérie a enregistré une baisse importante.

### **La méthodologie utilisée :**

Afin de mener à bien ce travail de recherche et de répondre à la problématique et les différentes questions présentées précédemment, nous avons opté pour la démarche méthodologique suivante:

- ❖ Nous allons faire une recherche documentaire sur les différents aspects théoriques et empiriques sur la compétitivité. Ainsi nous allons mettre l'accent sur les théories de commerce international. Ceci à partir de recours à des ouvrages, des articles et des rapports comme ceux de l'OMC, OCDE...
- ❖ Nous allons ensuite confronter les apports théoriques qui sont très intéressants dans l'ensemble des éléments de réponse pour notre problématique de recherche à la réalité algérienne à travers une étude empirique qui s'appuie essentiellement sur les statistiques annuelles des exportations de tous les pays du monde en termes de produits, publiées par la base des données ITC « International Trade Centre » tout au long de la période d'étude « 2001- 2015 ».

## **Structure de travail :**

Notre travail de recherche se situe au cœur d'un débat centré sur la variation de la part de marché international de l'Algérie dans le contexte actuel de la mondialisation, et les facteurs à l'origine de la fluctuation et la faiblesse de cette part de 2001 à 2015. Afin de répondre à la problématique principale et aux autres questions posées, notre travail de recherche est structuré en quatre chapitres. Les deux premiers couvrent les aspects théoriques de notre sujet, et les deux derniers concernent l'étude pratique sur les exportations internationales en générale et les exportations algériennes en termes de produits en particulier.

Le premier chapitre intitulé « Revue de la littérature théorique de la compétitivité » sera consacré à une revue de la littérature théorique en abordant les points suivants :

- ❖ la mondialisation : nature et conséquence;
- ❖ La compétitivité : émergence, définitions et niveaux d'analyse;
- ❖ Les théories de commerce international à l'épreuve de la compétitivité « de la richesse à la compétitivité des nations ».

Le deuxième chapitre intitulé « La compétitivité : déterminants, indicateurs et mesures » sera consacré à l'étude détaillée sur les déterminants et les indicateurs de compétitivité.

Le troisième chapitre « Un vue d'ensemble sur la tendance de commerce mondial et l'économie algérienne » portera sur la présentation et l'analyse des variations des échanges internationaux, en abordant les points suivants :

- ❖ Un aperçu sur la tendance de commerce mondial;
- ❖ Un aperçu sur l'historique de l'économie algérienne;
- ❖ Les contraintes essentiels et enjeux pour l'économie algérienne.

Le quatrième chapitre et le dernier intitulé « Les exportations algériennes, changements structurels et compétitivité » analysera la part de marché international de l'Algérie. Ce chapitre est composé de trois sections citées ci-après :

- ❖ Les exportations de l'Algérie : une vue d'ensemble;

- ❖ Présentation de la méthodologie de travail et la littérature récente sur l'analyse de l'évolution des parts de marché à l'exportations;
- ❖ Analyse de la compétitivité algérienne à travers la méthode « Constant Market Share Analysis » «CMSA ».

**Chapitre 01 :**  
**Revue de La Littérature théorique de la**  
**compétitivité**

## **Introduction :**

De nos jours, l'ouverture économique à la concurrence internationale est considérée comme un phénomène général, car tous les pays du monde réalisent une partie de plus en plus importante de leur produit intérieur brut (PIB) avec l'extérieure. Et cette ouverture conduit à une unification du marché mondial et à la mondialisation de l'économie. Aussi, la notion de « compétitivité » est devenue essentielle dans les débats sur les performances économiques des pays. Elle est, en effet, devenue une priorité pour tous les pays soit développés ou en développement.

Dans ce contexte, le but de ce chapitre est de rechercher une meilleure compréhension du concept de la compétitivité et suivre leur littérature théorique, selon le plan suivant :

- la mondialisation : nature et conséquence;
- La compétitivité : émergence, définitions et niveaux d'analyse ;
- Les théories de commerce international à l'épreuve de la compétitivité « de la richesse à la compétitivité des nations »

## Section 1 : la mondialisation : nature et conséquence

L'ouverture économique à la concurrence internationale est considérée comme un phénomène indiscuté comme le montre la volonté de pratiquement tous les pays du monde d'adhérer à l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), d'en appliquer les règles, et de bénéficier de ses avantages d'une part. Et d'une autre part, elle est un phénomène nécessaire parce qu'aucun pays ne peut raisonnablement espérer produire tous les biens et services que ses agents souhaitent<sup>1</sup>.

### 1.1 Définition de la mondialisation :

Selon Amartya Sen: « *La mondialisation n'est pas un phénomène nouveau, pas plus qu'elle n'est une simple occidentalisation. Pendant des milliers d'années, la mondialisation a progressé du fait des voyages, du commerce, des migrations, de l'expansion des cultures, de la propagation du savoir et des découvertes (y compris dans la science et la technologie). Les influences ont joué dans diverses directions. Ainsi, vers la fin du millénaire qui vient de s'achever, le mouvement s'est en grande partie opéré à partir de l'Occident, mais à ses débuts (aux environs de l'an 1000), l'Europe s'imprégnait de la science et de la technologie chinoise, des mathématiques indiennes et arabes. Il existe un héritage mondial de l'interaction, et les mouvements contemporains s'inscrivent dans cette histoire* »<sup>2</sup>.

La mondialisation est un phénomène apparu depuis la fin de la guerre froide, ou le monde a connu une forte accélération des flux de capitaux, des biens et services, de main d'œuvre et d'information. Pour l'éclairage de ce phénomène en adopte quelque définition.

Le Fonds Monétaire Internationale (FMI) définit la mondialisation comme « *l'interdépendance économique croissante, provoquée l'augmentation du volume et de la variété des transactions transfrontalières des biens et services, ainsi que les flux internationaux, en même temps que la diffusion accélérée généralisée de la technologie* ».

Joseph Stiglitz est parmi les économistes qui ont donné une définition à ce phénomène économique dans son livre « La grande désillusion », d'après Stiglitz : « *la mondialisation est l'intégration plus étroite des pays et des peuples du monde qu'ont réalisée d'une part la baisse*

---

<sup>1</sup> HENNER. H-F., 1997, **la politique de compétitivité dans le cadre de la mondialisation**, p3.

[http://www.acp-eu-trade.org/library/files/Henner\\_REXPACO\\_280597\\_politique%20de%20competitivite.pdf](http://www.acp-eu-trade.org/library/files/Henner_REXPACO_280597_politique%20de%20competitivite.pdf)

<sup>2</sup> AMARTYA S, 2001, **Dix vérités sur la mondialisation**, **Le Monde**, 18 juillet 2001.

*des coûts de transport et de communication, et d'autre part la destruction des barrières artificielles à la libre circulation des biens, des services, des capitaux et – dans une moindre mesure – des personnes»<sup>1</sup>.*

La mondialisation est un phénomène complexe, c'est un terme très employé pour exposer l'internationalisation croissante des marchés de biens et de services du système financier, des entreprises et des secteurs d'activité, de la technologie et de la concurrence.

## 1.2 Les principales phases de processus de la mondialisation

La révolution industrielle, l'émergence des entreprises et l'apparition des grandes sociétés monopolistiques sont parmi de nombreux événements qui créent l'actuelle mondialisation; et cette dernière est constituée de trois principales étapes comme suit :

### **+ La première phase : L'internationalisation des échanges "1870 -1914"**

Les principales caractéristiques de cette phase sont comme suit<sup>2</sup> :

- ❖ Fortes mobilité des capitaux et de main d'œuvre;
- ❖ Diminution des barrières commerciales ;
- ❖ Un essor commerciale fondé mois sur le libre-échange.

### **+ La deuxième phase: la transnationalisation: configuration multinationales "1954 -1975"**

Les principaux caractéristiques de cette phase sont comme suit :

- ❖ La création de plusieurs institutions internationales (le Fonds Monétaire Internationale "FMI", la Banque mondiale "BM", l'Accord Générale sur les Tarifs Douaniers et le Commerce "GATT") puis l'Organisation Mondiale de Commerce "OMC" pour faire respecter certaines règles au niveau international;
- ❖ Multiplication des accords régionaux de libre-échange;
- ❖ L'augmentation des échanges commerciaux des produits manufacturés entre les pays développés ;

---

<sup>1</sup> HUWA R. T. J., V E R D I E R. L., 2012, **La mondialisation économique origines et conséquences**, Les essentiels de l'OCDE, Éditions OCDE. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264111929-fr>, P 14.

<sup>2</sup> OCAMP. J. A., MARTIN. J., 2005, **Mondialisation et développement : un regard de l'Amérique Latine et des Caraïbes, Santiago du chili**, avril 2005, p15.

- ❖ La mobilité de main d'œuvre et des capitaux;
- ❖ L'Investissement Direct Etranger "IDE" devient un facteur central dans les processus de restructuration industrielle à l'échelle mondiale et de développement de secteurs d'activités véritablement mondiaux;
- ❖ Les entreprises multinationales constituent un des principaux vecteurs de l'internationalisation de l'économie.

### **La Troisième Phase: le processus de globalisation: configuration globale**

Les principales caractéristiques de cette phase sont comme suit :

- ❖ Une intégration industrielle des entreprises de la filière électronique;
- ❖ Accélération de la diffusion de la technologie au plan international et, en même temps, amoindrissement du cycle de production et d'innovation technologique;
- ❖ Sur les marchés, compétition simultanée entre de nombreux acteurs, dont de nouveaux en provenance de tous les marchés du monde. Cette nouvelle concurrence, qui remet en question les positions acquises, exige dans de nombreux domaines des ajustements structurels extrêmement rapides;
- ❖ Les firmes multinationales "FMN" sont considérées dans cette phase comme des véritables «fer de la compétitivité internationale»<sup>1</sup>.
- ❖ Une partie significative du commerce mondial s'effectue désormais au niveau intra firme.

### **1.3 Les conséquences de la mondialisation :**

Les points suivants résument les principales conséquences de la mondialisation<sup>2</sup>:

- ✓ L'ouverture des nouveaux marchés de commerce de biens et de services très vastes;
- ✓ Forte croissance des investissements de portefeuille;

---

<sup>1</sup> ALLAOUI A., 2005, **La compétitivité internationale : stratégie pour les entreprises Françaises**, ED L'Harmattan, p32.

<sup>2</sup> OCDE, 2005, **Mesurer la mondialisation**, Manuel de l'OCDE sur les indicateurs de la mondialisation économique, P 16-17.



- ✓ Concernant la structure du commerce international, la division du processus de production " les différentes étapes de la fabrication d'un produit " entre plusieurs pays, dans le cadre de commerce intra firme par la création de nombreuses filiales ;
- ✓ De nombreuses entreprises ont renforcée ses avantages compétitifs par les échanges intra-branche, à cause de l'accélération des mouvements de capitaux et la mobilité élevée des facteurs de production <sup>1</sup> ;
- ✓ Grâce aux technologies de l'information et de la communication " TIC " Les marchés et la production sont devenus de plus en plus interdépendants du fait des changements induits par la dynamique des échanges, des capitaux et des flux technologiques dans les différents pays ;
- ✓ La Renforcement de la concurrence globale «Ce terme évoque la nécessité pour les entreprises d'affronter leurs concurrents sur tous les marchés et dans un grand nombre de domaines. Pour faire face à cette concurrence, les entreprises sont obligées de mobiliser simultanément toute une palette de compétences »<sup>2</sup> .

## Section 2: La compétitivité : émergence, définitions et niveaux d'analyse

Le thème de la compétitivité surgit comme étant le sujet le plus dominant dans l'économie moderne, il est devenu un enjeu majeur de la politique économique au niveau mondial.

Nous aborderons dans cette section l'émergence de ce terme dans un premier point, ensuite leurs déférentes définitions dans un deuxième point et dans un dernier point leurs trois niveaux d'analyse.

### 2.1. Emergence du terme compétitivité :

Le terme compétitivité, porte sur des questions qui ont été centrales dans les politiques publiques au moins au cours des 500 dernières années<sup>3</sup>, malgré son apparition relativement récente sur la scène.

---

<sup>1</sup> L'accélération des mouvements de capitaux et la plus grande mobilité des facteurs de production ont modifié le modèle classique de spécialisation des plusieurs pays "surtout les pays développés".

<sup>2</sup> ALLAOUI. A., 2005, **Mesurer la mondialisation**, Op.cit. P 19.

<sup>3</sup> REINERT, E S., 1994, **Competitiveness and its Predecessors – a 500-year Cross-National Perspective**, Paper prepared for the Business History Conference, Williamsburg. Virginia, March 11-13, P 1.

Selon l'étude de REINERT (1994), ce terme «*dont l'origine latine (competere) évoque l'idée de (rechercher ensemble), mais aussi celle de (se rencontrer en un même point), désigne l'aptitude à affronter des situations de concurrence et à rivaliser avec autrui. Fréquemment employée par les économistes, la notion a été initialement définie et appréhendée au niveau de l'entreprise, puis transposée au plan macroéconomique, au niveau d'un secteur d'activité ou d'un pays. Un tel glissement suscite néanmoins des controverses*»<sup>1</sup>.

La notion de compétitivité est encore mal cernée, longtemps réservée à l'analyse de la gestion des entreprises<sup>2</sup>. Elle a été initialement définie et appréhendée au niveau de l'entreprise<sup>3</sup>, puis transposée au plan macroéconomique, au niveau d'un secteur d'activité ou d'un pays<sup>4</sup>.

## 2.2.Définitions

De nombreuses définitions ont été proposées par les économistes pour définir la compétitivité. Dans ce point, nous aborderons quelques définitions de la compétitivité recensés dans la littérature économique, pour illustrer l'absence d'une définition unique.

Pour Martinet (1984), la compétitivité comme «*l'aptitude à soutenir durablement la concurrence : l'entreprise compétitive possède un ensemble de capacités qui l'autorisent, selon le cas, à entrer, se maintenir ou se développer dans un champ concurrentiel constitué par l'ensemble des forces traversant son environnement et susceptibles de s'opposer à ses objectifs, ses projets et ses opérations*»<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> SEDDI. A., 2012, **Compétitivité économique: quel potentiel pour l'Algérie?**, Thèse de Doctorat, Université d'Oran, Alger, p 16.

<sup>2</sup> MARNIESSE. S., FILIPIAK. E., 2003, **Compétitivité et mise à niveau des entreprises : approches théoriques et déclinaisons opérationnelles**, Agence Française de Développement, p 43.

<sup>3</sup> Pendant longtemps, la compétitivité définie comme la capacité d'une entreprise à résister à la compétition imposée par ses concurrents et par son marché.

<sup>4</sup> MUCHIELLI. J-L., **Compétitivité, corrélats, commerce, concurrence, croissance, développement et entreprise**, p 1.

<sup>5</sup> MARTINET A. (1984), **Sciences de gestion et compétitivité de l'entreprise**, In PERCEROU R.ed, *Entreprise, gestion et compétitivité des entreprises*. Economica.

Pour Tyson (1992), la compétitivité est « *notre capacité à produire des biens et services qui passent le test de la compétition internationale tandis que nos citoyens jouissent d'un niveau de vie qui est à la fois en progression et durable* »<sup>1</sup>.

« Qu'est ce qu'on entend par la compétitivité », d'après Landau (1992), « *l'objectif principal de notre politique économique, est la capacité de maintenir, dans une économie globale, un taux de croissance acceptable du niveau de vie de la population avec une distribution équitable, tout en offrant un emploi à tous ceux désirant travailler sans pour autant réduire le potentiel de croissance du niveau de vie des générations futurs* »<sup>2</sup>.

Solon Sharples et Miham (1990), « *la compétitivité est la capacité de fournir des biens et services au temps, place et forme requise par les acheteurs étrangers à prix égal ou meilleur que celui des autres fournisseurs potentiels tout en gagnant au moins le cout d'opportunité des ressources employées* »<sup>3</sup>.

Pour Porter (1990), « *Chercher à expliquer la compétitivité au niveau national est incorrecte. Ce qu'on doit comprendre, ce sont les déterminants de la productivité et le taux de croissance de la productivité. Pour trouver des solutions, on devrait se focaliser, non pas sur l'ensemble de l'économie, mais plutôt sur des industries spécifiques ou encore des segments d'industrie*»<sup>4</sup>

D'après l'étude de la Commission des Communautés Européennes, La compétitivité y est définie au niveau macroéconomique comme la capacité d'un pays « *d'accroître sa part des marchés d'exportation ou de soutenir un taux de croissance plus élevé sans que son solde courant se détériore* »<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> KRUGMAN. P., 1999, **La mondialisation n'est pas coupable, vertus et limites de libre échange**, Casbah édition. P. 21.

<sup>2</sup> LANDAU. R., 1992, **Technology, capital formation and U.S. competitiveness, International productivity and competitiveness**, Hickman, B.G. (ed). Oxford University Press, New York.

<sup>3</sup> SHARPLES. J. ET MILHAM. N., 1990, **Long run competitiveness of Austrlian agriculture**, USDA, Economic Research Services, Foreign Agricultural Economics Report 243.

<sup>4</sup> PORTER. M., 1990, **The competitive Advantage of Nations, The free press**, New York.

<sup>5</sup> PARANQUE. B., 1995, **Compétitivité des entreprises et forces concurrentielles**, BULLETIN DE LA BANQUE DE FRANCE, 2e trimestre 1995.

Les économistes de l'OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Economique) définissent la compétitivité comme « *l'intensité avec laquelle un pays peut, dans le cadre d'un marché libre et organisé, produire des biens et des services capables d'affronter les marchés internationaux tout en maintenant et améliorant le niveau de vie de ses habitants sur une longue période* »<sup>1</sup>.

Cette définition de la compétitivité est très importante, elle est macroéconomique parce qu'elle met en relation trois termes très essentiels : la concurrence, la relativité et l'avantage concurrentiel.

- ✓ La concurrence : lorsque les concurrents viennent librement offrir leurs biens et services dans les marchés au niveau mondiale;
- ✓ La relativité : une entreprise est compétitive car il existe d'autres entreprises avec lesquelles il est possible de s'étalonner;
- ✓ L'avantage concurrentiel : lorsque une entreprise dispose à un moment donné, d'un ou plusieurs avantages sur ses concurrents.

Malgré la multiplicité et la diversité des définitions du terme compétitivité, on peut conclure qu'il y a lieu de noter deux aspects communs suivants<sup>2</sup> :

- ✓ la compétitivité est un concept relatif, c'est à dire, l'évaluation de la compétitivité d'une nation, d'un secteur ou d'une entreprise est généralement faite par rapport à une entité similaire;
- ✓ la compétitivité n'est pas un concept statique et est étroitement lié aux conditions économiques du pays ainsi que les conditions du marché international.

### **2.3. Les trois niveaux d'analyse de la compétitivité**

« La compétitivité de quoi ? » c'est une question très importantes pour la recherche de la compétitivité : la compétitivité de l'économie? D'un secteur d'activité ou d'une industrie ? D'un produit ou d'un service ?. La compétitivité doit être recherchée à travers toutes ses dimensions soit internes ou externes ou bien du produit.

---

<sup>1</sup> GARELLI. S., 2000, **Competitiveness of Nations : the fundamentals**, The World Competitiveness Yearbook, P 47.

<sup>2</sup> LACHAAL. L., 2001, **La compétitivité : Concepts, définitions et applications**, Institut National de la Recherche Agronomique de Tunis (INRAT). Cahiers Options Méditerranéennes; n. 57, p. 29-36 P. 30.

La majorité des chercheurs utilisent la compétitivité dans un sens micro-économique, certains d'autre l'utilisent dans un sens macro-économique et d'autre étendent sa signification à des économies entières.

La compétitivité peut être analysée soit au niveau de l'entreprise « micro-économique» ou au niveau d'un secteur « méso-économique» ou bien au niveau d'un pays « macro-économique».

### **2.3.1. La compétitivité au niveau de de l'entreprise « micro-économique»**

D'après les analyses de Porter, les entreprises sont considérés comme parmi les principaux acteurs fondamentaux de la concurrence internationale. Selon lui, l'explication de la compétitivité au niveau macro-économique « national » est incorrecte, ce qui est correcte c'est l'analyse au niveau d'un secteur bien précis.

Selon Muchelli (2002), le concept de la compétitivité de l'entreprise exprime les performances de l'entreprise à long terme. Selon lui, la compétitivité de l'entreprise est reliée à ses produits, ses prix et son positionnement, c'est-à-dire essentiellement à sa croissance. A court terme, la compétitivité va s'entendre comme une lutte pour les parts de marché; l'entreprise compétitive sera alors celle qui obtient de bons résultats pour un couple de variables croissance/part de marché<sup>1</sup>.

Pour Mcetridge (1995), la rentabilité, la productivité, la maitrise des coûts, la valeur ajoutée, la part de marché, l'innovation technologique et qualités des produits ce sont des éléments très importants pour mesurer de la compétitivité au niveau des entreprises<sup>2</sup>.

Au niveau de l'entreprise, la définition de la compétitivité fait consensus dans la littérature économique. Elle est définie comme la capacité de celle-ci à faire face à la concurrence internationale et à gagner des parts de marché. Cet objectif peut être atteint de deux manières possibles, soit avec la pratique des prix inférieurs sur des produits similaires comme

---

<sup>1</sup> MUCCIELLI, J., 2002, **La compétitivité : définitions, indicateurs et déterminants**, Dossier.

<sup>2</sup> FETRIDGE M., DANALD G., 1995, **Competitiveness: Concept and Measures**, Occasional Paper n° 5, Industry Canada.

première possibilité, soit avec la recherche des positions de monopole par le biais d'une différenciation des produits comme deuxième possibilité<sup>1</sup>.

L'étude de la compétitivité au niveau microéconomique permet de déterminer davantage le rôle décisif des entreprises, des institutions de recherche et d'éducation, des associations industrielles, ainsi que des institutions gouvernementales.

### **2.3.2. La compétitivité au niveau d'un secteur « méso-économique »**

La compétitivité au niveau d'un secteur (ou filière) recouvre l'ensemble du processus de fabrication et de commercialisation d'un produit. Un secteur (ou branche d'activité) est compétitive si la productivité totale de ces facteurs est égale ou supérieure à celle des concurrents étrangers, c'est-à-dire si le niveau de ses coûts unitaires (moyens) est égale ou inférieur à celui de ses concurrents étrangers.

Pour Mainguy C. (1998)<sup>2</sup>, les politiques macro-économiques induites par le Gouvernement, les effets externes et les relations intersectorielles ont un impact sur la compétitivité des secteurs et des entreprises à l'exportation. Les différentes dimensions de la compétitivité sont étroitement liées puisque, réciproquement, la compétitivité globale mesurée ex-post émane de celle des filières et des entreprises.

### **2.3.3. La compétitivité au niveau d'un pays « macro-économique »**

Au niveau macro-économique « d'un pays ou d'une nation », la notion de compétitivité est beaucoup plus mal cernée et plus largement critiquée; malgré le fait que le renforcement de la compétitivité d'une nation est généralement présentée comme un objectif central de la politique économique. À court terme, la compétitivité au niveau d'un pays s'exprime principalement par l'évolution de ses prix relatifs dont les coûts salariaux et les taux de change nominaux. À long terme, la compétitivité d'une nation est appréciée par sa capacité à améliorer le niveau de vie de ces habitants.

Porter (1990) est parmi les économistes qui ont étudié la compétitivité au niveau d'un pays à travers diverses définitions, il rejette les différents concepts de compétitivité comme une

---

<sup>1</sup> CHIAPPINI, R., 2012, **Les indices composites sont-ils des bonnes mesures de la compétitivité des pays ?**, LAREFI Working Paper N° -5, 2012, P 6.

<sup>2</sup> MAINGUY, C., 1998, **L'Afrique peut-elle être compétitive?**, Editions Karthala.

balance commerciale positive, les parts de marché ou bien la création d'emploi. Il affirme que nous devons abandonner la notion de compétitivité pour une nation parce que celle-ci n'a pas de sens et plutôt parler de prospérité économique.

D'après le prix Nobel Krugman concernant la compétitivité des nations, les hommes politiques aiment expliquer que les racines des déséquilibres comme par exemple le chômage sont liées à un manque de compétitivité vis à vis des pays étrangers. Pour lui, la compétitivité d'une nation n'est pas égale à la combinaison des positions compétitives des entreprises dans la mesure où dans un même pays cohabitent à la fois des firmes compétitives et non compétitives. Elle soulève des polémiques et un paradoxe, en raison de la multiplicité des rapports, chaque nation ou Etat se préoccupe de la compétitivité des industries et l'attractivité de son territoire en vue d'améliorer son revenu par habitant. En d'autres mots, la compétitivité n'est ni une fin en soi, ni un objectif, c'est un moyen d'améliorer le niveau de vie des populations.

Krugman, dans son analyse, a démontré que d'un point de vue empirique, l'inquiétude que lève le problème de compétitivité est presque infondée. Il a tenté ensuite d'expliquer pourquoi les gens aiment définir les problèmes économiques dans le cadre de la concurrence mondiale. Enfin, il a démontré que l'obsession de la compétitivité n'est pas seulement sans fondement, mais qu'elle est aussi dangereuse.

### **Section 3: Les théories de commerce international à l'épreuve de la compétitivité « de la richesse à la compétitivité des nations »**

Les théories du commerce international s'intéressent à la modélisation des échanges de biens et de services entre pays. Dans cette section, on va faire une présentation de ces différentes théories.

#### **3.1 Les théories traditionnelles de commerce international**

##### **3.1.1 Le point de vue mercantiliste sur les échanges**

Le mercantilisme est une conception de l'économie qui prévaut entre le XVI<sup>e</sup> siècle et le milieu du XVIII<sup>e</sup> siècle en Europe. Les penseurs mercantilistes prônent le développement économique par l'enrichissement des nations au moyen du commerce extérieur, qui permet de dégager un excédent de la balance commerciale grâce à l'investissement dans des activités économiques à rendement croissant. Ils défendaient un contrôle gouvernemental strict de toute l'activité économique et prêchaient un nationalisme économique.

Selon le mercantilisme, L'Etat a un rôle primordial dans le développement de la richesse nationale, en adoptant des politiques protectionnistes établissant notamment des barrières tarifaires et encourageant les exportations. Ce point de vue a été important pour deux raisons. D'abord, les idées d'Adam Smith, de David Ricardo et d'autres économistes classiques ne peuvent être bien comprises que si elles sont considérées comme des réactions au point de vue mercantiliste et au rôle du gouvernement.

### 3.1.2 La théorie des avantages absolus (Adam Smith 1776)

Adam Smith, dans son ouvrage intitulé «An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations» intègre son analyse des échanges internationaux dans son analyse globale du fonctionnement de l'activité économique. Il croyait que toutes les nations allaient gagner au libre-échange et a encourageait une politique de **laissez-faire**<sup>1</sup>. Pour lui, si un pays ne gagne rien ou perd, il va tout simplement refuser d'échanger<sup>2</sup>.

D'après Adam Smith, la spécialisation permet la réalisation d'une production mondiale optimale puisque les biens sont produits là où les coûts sont les plus bas, et met en place une division internationale du travail (DIT) entre les différents nations.

Cette théorie repose sur l'hypothèse selon laquelle chaque pays est meilleur dans certains secteurs de production. Elle ne nous apprend rien dans le cas où un pays serait meilleur pour l'ensemble des secteurs de production. La réponse à cette question est apportée par Ricardo dans sa théorie « la théorie des avantages comparatifs ».

### 3.1.3 La théorie des avantages comparatifs (David Ricardo 1817)

Dans son ouvrage « Principes de l'économie politique et de l'impôt », David Ricardo (1817) a présenté la loi des avantages comparatifs. Selon lui, même si un pays ne dispose d'aucun avantage absolu, il peut profiter de l'échange et obtenir un gain comme ses partenaires, en participant au commerce extérieur. Il établit ainsi la loi de la spécialisation qui devrait être

---

<sup>1</sup> C'est-à-dire l'intervention de l'Etat dans le système économique faible que possible. Pour Adam Smith, le libre-échange permettrait aux ressources mondiales d'être utilisées plus efficacement et maximiserait le bien être mondiale.

<sup>2</sup> SALVATORE, D., 2008, **Economie internationale**, Groupe De Boek s.a., Parais, p 51.



basée sur les avantages comparatifs. D'après cette théorie, l'ouverture apporte des gains à tous les pays, quel que soit leur niveau de développement<sup>1</sup>.

*« Alors, la théorie classique du commerce international montre que le commerce international n'est pas un jeu à somme nulle : la spécialisation des pays et l'échange sont à l'origine d'un gain net, ayant pour contrepartie des effets redistributifs au sein des pays qui se spécialisent. Ne permettant pas d'introduire de façon satisfaisante l'imperfection de la concurrence ou les rendements croissants, et confrontée à des problèmes de validation empirique, la théorie classique a néanmoins laissé la place à la nouvelle théorie du commerce international »<sup>2</sup>.*

### **3.1.4 Théorie néoclassique : La théorie d'Heckscher, Ohlin et Samuelson (HOS) et l'approche néo-factorielle**

La théorie « Heckscher, Ohlin et Samuelson » HOS ce construit, dans un premier temps à partir de deux exposés, ceux d'Heckscher en 1919 et d'Ohlin en 1933, deux auteurs suédois. Elle explique la base de l'avantage comparatif et examine l'effet du commerce international sur les gains des facteurs de productions. *« Elle est l'origine d'une série de considérations empiriques que les auteurs ont tenté de rationaliser. Un pays va exporter tel bien plutôt qu'un autre, non pas parce que les travailleurs sont nécessairement mieux pour produire ce bien, mais parce que les conditions données dans le pays le rendent apte à combiner les facteurs entre les industries de manière à générer un prix relatif rendant le bien attrayant aux yeux des autres pays »<sup>3</sup>.* Selon cette théorie, un pays exportera le bien intensif dans le facteur qui est relativement abondant, et bon marché et importera le bien intensif dans le facteur qui est relativement rare et coûteux.

Heckscher-Ohlin, Samuelson (1941) et autres avancent la proposition plus connue sous le nom de théorie d'Heckscher-Ohlin- Samuelson (HOS), d'après cette théorie, le commerce international tend à produire une égalisation des rémunérations des facteurs.

---

<sup>1</sup> GUILLOCHON, B., et autres, 2012, **Économie Internationale Commerce et macroéconomie**, éditions Dunod, Paris, 7eme édition, P 5.

<sup>2</sup> FONTAGNE, L., **Commerce international**, [lionel.fontagne.free.fr/papers/cominter.PDF](http://lionel.fontagne.free.fr/papers/cominter.PDF). P 1.

<sup>3</sup> BERGERON, M., 1976, **Les fondements de la théorie d'Heckscher-Ohlin**, L'Actualité économique, vol. 52, n° 2, 1976, p. 243-248. P 244.

Le premier test de la théorie HOS a été mené par Wassily Leontief en 1951, elle était consacrée à l'étude de la position des Etats-Unis dans l'échange international à l'aide du tableau input-output de l'économie américaine.

En 1947, les Etats-Unis apparaissent comme un pays ayant une dotation factorielle où le capital est plus abondant que le travail, Mais les résultats obtenus par Leontief sont à l'opposé. Selon Leontief<sup>1</sup>, l'explication du résultat doit être recherchée dans l'hétérogénéité internationale du travail, aussi les techniques de production utilisées ne sont pas les même aux Etats-Unis qu'à l'étranger. « La composition du commerce international est expliquée par la place qu'occupe dans la production des biens la main-d'œuvre de différents niveaux dont les pays sont plus ou moins bien dotés »<sup>2</sup>.

### 3.1.5. Extensions de la théorie traditionnelle : approche néo-technologique

Dans l'approche néo-technologique, la recherche et développement et l'innovation sont les principaux facteurs explicatifs des échanges internationaux.

Posner (1961) développe une analyse centrée sur le changement technique « écart technologique », Il s'appuie sur l'observation empirique des firmes des pays industrialisés, et constate l'influence de l'innovation dans le renouvellement des gammes de produits, laissant indirectement émerger l'idée du cycle de vie technologique. Pour lui, l'avance technologique d'un pays concernant l'industrie d'un produit, va permettre de découvrir de nouveaux processus de production et de conférer un nouvel avantage comparatif au pays innovateur<sup>3</sup>.

En 1966, Vernon combine l'évolution de la nature du produit, tout au long de son cycle, il considère que les pays développés ayant une forte intensité de recherche et développement bénéficient d'un marché domestique avec un fort pouvoir d'achat. Pour lui tout produit passe par quatre phases<sup>4</sup>:

- **La phase de naissance:** le produit nouveau est d'abord conçu et vendu dans un pays développé à un prix élevé;

---

<sup>1</sup> SALVATORE, D., 2008, **Economie internationale**, Op.cit. P 166.

<sup>2</sup> RAINELLI, M., 2009, **Le commerce international**, éditions La Découverte, 10<sup>ème</sup> édition, paris, p 48.

<sup>3</sup> MUCCHIELLI, J.M., 1989, **Principes d'économie internationale**, édition Economica, paris, p39.

<sup>4</sup> Ibid.

- **La phase de croissance:** le prix de vente du produit baisse avec le début de la standardisation, tandis que le produit est vendu à l'étranger ;
- **La phase de maturité:** avec l'apparition de concurrents étrangers, les firmes des pays développés sont obligées d'aller produire dans des pays de moins en moins développés ;
- **La phase de déclin :** la production du bien est arrêtée dans les pays développés, en raison du déclin de la demande, mais la demande résiduelle est finalement satisfaite par des importations en provenance des filiales dans les pays moins développés, voire de pays en développement.

L'approche néo-technologique reste marginale par rapport à de nouvelles analyses qui sont apparues dès la fin des années 70.

### 3.2. Les nouvelles théories de commerce international

La nouvelle théorie du commerce international permet d'analyser les échanges entre des pays ayant des dotations en ressources initiales identiques et un niveau technique comparable, et de comprendre le développement des échanges intra-branche.

#### 3.2.1. Echanges internationaux et rendements croissants « économies d'échelle »

Le Premier traitement des rendements d'échelle croissants est dû à Alfred Marshall, qui a introduit la distinction fondamentale entre les économies d'échelles internes et externes à la firme. Les rendements d'échelle sont le lien existant entre les quantités produites et les coûts de production. *«Les firmes doivent constamment chercher des intrants moins chers afin de rester compétitives. Elles font aujourd'hui face à un à autre défi, celui d'intégrer leur fonctionnement au système mondiale entier et de profiter de ces nouvelles économies d'échelle internationales»<sup>1</sup>.*

##### 3.2.1.1. Les économies d'échelle interne

C'est L'augmentation de la taille de la firme qui conduit à ces économies d'échelle. Lorsqu'il existe des économies d'échelle internes aux firmes, les marchés deviennent oligopolistiques, voire monopolistiques. Selon Marshall, *«la firme rencontre dans son développement trois phase de rendement d'échelle internes (croissants, constants, puis*

---

<sup>1</sup> SALVATORE, D., 2008, **Economie internationale**, Op.cit. P 199.

décroissants), ce qui justifie la forme U des courbes de coût utilisées par l'analyse micro-économique »<sup>1</sup>.

### 3.2.1.2. Les économies d'échelle externes

Il existe des économies d'échelle externes lorsque l'efficacité d'une firme quelconque est influencée positivement par la taille du secteur ou du pays. Lorsque de telles économies existent, toutes les firmes du secteur, alors qu'elles gardent la même taille, voient leurs coûts de production diminuer suite à une augmentation de la production globale. Le coût unitaire de production dépend alors de la taille du secteur, mais pas de celle de la firme spécifiquement.

Les économies d'échelle externes jouent un rôle important dans le commerce international, ces économies peuvent conduire les pays à s'enfermer dans des secteurs de spécialisation indésirables, et peuvent même conduire à une situation sous-optimale pour l'économie mondiale<sup>2</sup>.

### 3.2.2. La différenciation des produits

Cette nouvelle théorie de commerce international a développé une hypothèse de la différenciation des produits<sup>3</sup> (des échanges internationaux intra-branche), elle est sommée de donner des réponses aux nouveaux indicateurs de spécialisation qui révèlent le développement d'un échange intra-branche là où la théorie traditionnelle était censée prévoir du commerce interbranche. « *Le commerce international des biens différenciés se caractérise par des échanges croisés, le même produit pouvant faire l'objet à la fois d'exportation et d'importation, par le même pays. La satisfaction des consommateurs étant mesurée par ailleurs par le nombre des variétés disponibles* »<sup>4</sup>

L'existence d'un commerce international ne s'explique alors pas tant par des différences de prix, et donc de coûts de production, mais par la différenciation des produits, et donc par des

---

<sup>1</sup> RAINELLI, M., 2009, **Le commerce international**, Op.cit. P 28.

<sup>2</sup> KRUGMAN, P., OBSTFELD, M., 2009, **Économie internationale**, édition Copyright, 8<sup>e</sup> édition, paris, p 142.

<sup>3</sup> Les produits d'une même branche ne sont pas identiques. Ils sont hétérogènes dans leurs caractéristiques, même si leur utilité est la même. Ils vont différer par leur couleur, leur packaging, leur publicité, leur marketing, leur image, le service après-vente proposé.

<sup>4</sup> GAUSSENS, O., PHAN, D. L., 1986, **Avantage comparatif et performance dans le commerce international des produits différenciés**, L'Actualité économique, vol. 62, n° 4, 1986, p. 535-556, p 536.

politiques stratégiques de recherche, de qualité, de marketing et de publicité. La compétitivité structurelle supplante alors la compétitivité-prix.

### **3.2.2.1. La différenciation horizontale « l'approche spatiale »**

Dans l'approche spatiale la localisation du point de vente constitue le facteur de différenciation, Hotelling (1929) définit un espace stratégique sur lequel les firmes se positionnent avec un produit identique, en considérant le cas d'un duopole. L'apport du modèle de Hotelling tient plus en analogie entre localisation et différenciation des produits. Hotelling lui-même a suggéré une extension de son modèle de la localisation dans l'espace à une localisation dans un ensemble des variétés d'un produit.

Cette idée lancée par Hotelling a été explorée trente ans plus tard par Lancaster dans les années soixante avec l'essor de la nouvelle théorie de consommation. Cette théorie appartient à l'approche néo-Hotellingienne dans la mesure où elle s'inspire de la concurrence spatiale pour établir un modèle de différenciation des produits. L'ensemble des travaux de Lancaster (1966, 1971 et 1975) se limite au cadre d'une économie fermée et s'applique en économie ouverte au début des années quatre-vingt. Ces modèles qui s'inscrivent dans une approche de concurrence monopolistique supposent que chaque firme produit une seule variété en présence d'économies d'échelle internes croissantes.

Dans ce modèle, les firmes adoptent une stratégie de différenciation horizontale<sup>1</sup> en jouant sur les caractéristiques par opposition à celui de la différenciation spatiale d'Hotelling. L'équilibre du marché est défini par le nombre des variétés produites, la distance entre deux variétés voisines, le prix des produits et la part de chaque firme.

### **3.2.2.2. La différenciation verticale «l'approche du consommateur représentatif»**

En 1933, Chamberlin est le premier qui introduit le concept de différenciation dans l'analyse économique. Il suppose que chaque firme présente sur le marché produit une variété qui possède des caractéristiques uniques qui fidélisent les consommateurs. En différenciant son

---

<sup>1</sup> La différenciation dite horizontale lorsqu'elle peut concerner la variété des caractéristiques d'un produit à qualité identique (emballage, couleur, proximité, ...), et lorsqu'elle peut porter sur la qualité du produit (par exemple le produit voiture : voiture plus puissante, plus rapide, plus économe en carburant) dite verticale.

produit de celui des concurrents, chaque firme se trouve en position de monopole. Il considère un consommateur représentatif qui choisit de consommer une seule variété selon ses préférences.

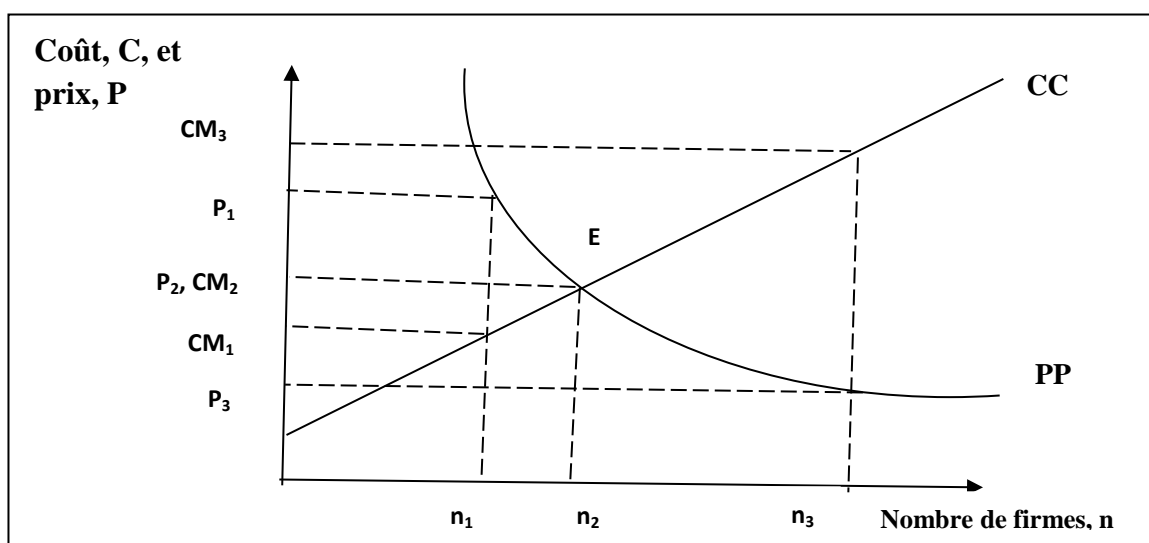
L'analyse de Chamberlin a été reprise par Dixit et Stiglitz on (1977) en introduisant les préférences des consommateurs pour la variété. Cette qui était en économie fermée trouve une première application en économie ouverte avec Krugman (1979), qui reste toujours dans le cadre d'une concurrence monopolistique, d'une différenciation des produits et des rendements d'échelle internes croissants.

### 3.2.2.3. Modèle de concurrence monopolistique de Krugman

Dans un cadre de concurrence monopolistique Krugman (1979) suppose que deux pays identiques en terme de technologies et de goûts des consommateurs mais ayant des tailles de marché différentes. Ce modèle qui explique le commerce intra-branche, dans les secteurs caractérisés par des économies d'échelle, le nombre de firmes dans un pays. Ainsi que les quantités produites par chacune sont contraints par la taille du marché.

Pour Krugman, si toutes les firmes imposent le même prix, chacune aura la même part de marché que ses concurrentes :  $1/n$ . Si une firme choisit de pratiquer un prix plus faible que le prix pratiqué en moyenne par ses concurrentes, elle gagnera des parts de marché, inversement, en fixant un prix plus élevé, elle perdra des parts de marché.

Figure N° 1-1 : Equilibre sur un marché en situation de concurrence monopolistique



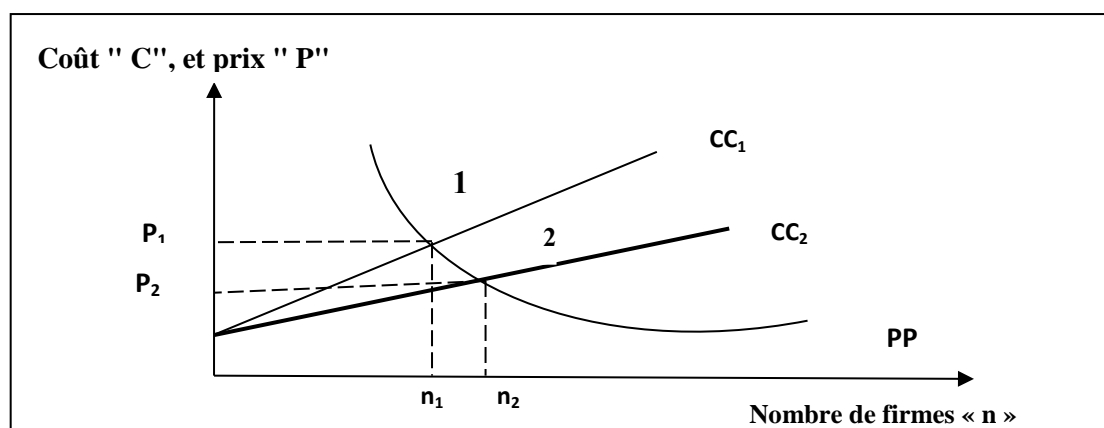
Source: KRUGMAN, P., OBSTFELD, M., MELITZ, M., 2012, **Economie internationale**, Op.cit. P 173.

La courbe décroissante PP ( figure N° 2 ) traduit la relation négative entre le prix de chaque variété et le nombre de firmes en concurrence sur le marché. La courbe croissante CC traduit la relation positive entre le nombre de firmes et le coût moyen de chacune d'elles. Les deux courbes se croisent au point E. Il y a donc  $n_2$  firmes dans le secteur et chacune réalise un profit nul ( $p = CM$ ). En effet, le prix qui maximise leur profit vaut dans ce cas  $P_2$  et est précisément égal à leur coût moyen  $CM_2$ . Si le prix dépasse le coût moyen (c'est-à-dire lorsque la courbe PP est au-dessus de la courbe CC, comme avec un nombre de firmes  $n_1$ , les firmes du secteur font des profits et de nouvelles firmes entrent sur le marché ;  $n$  augmente et les prix baissent. Si, à l'inverse, il y a beaucoup de firmes ( $n_3$  par exemple), si bien que le prix est inférieur au coût moyen, les firmes du secteur font alors des pertes, certaines font faillite et sortent du marché, et  $n$  diminue. Au final, le nombre de firmes dans le secteur converge donc vers  $n_2$  et le point E est bien un équilibre de long terme.

Le résonnement précédent de Poul Krugman est fait dans un cas d'une économie fermée, et le résonnement suivant est fait dans un cas d'une économie ouverte. Selon Krugman<sup>1</sup> « Pour chaque firme, l'ouverture commerciale se traduit par l'augmentation subite de la taille du marché, ce qui doit contribuer à exploiter plus largement les économies d'échelle. Pour les consommateurs, ce grand marché propose un plus grand choix de variétés de chaque bien.»

La figure N° 3 représente les effets de l'accroissement de la taille du marché sur les courbes CC et PP, et sur l'équilibre de long terme.

Figure N° 1-2 : Les effets de l'accroissement de la taille du marché



Source : KRUGMAN, P., OBSTFELD, M., MELITZ, M., 2012, **Economie internationale**, Op.cit. P 175.

<sup>1</sup> KRUGMAN, P., OBSTFELD, M., MELITZ, M., 2012, **Economie internationale**, éditions Pearson, 9<sup>e</sup> édition, France, P174.

Initialement, l'équilibre se situe au point 1, avec un prix  $P_1$  et un nombre de firmes  $n_1$ . L'accroissement de la taille du marché entraîne un déplacement vers le bas de la courbe CC, de  $CC_1$  vers  $CC_2$ , cette accroissement de la taille du marché permet à chaque firme de produire davantage et donc de réduire son coût moyen. Il en résulte simultanément une augmentation du nombre de firmes et une baisse du prix de chacune d'entre elles. L'augmentation du nombre de firmes permet une augmentation du nombre de variétés proposées à la consommation (élargissement du commerce intra-branche).

Avec l'ouverture du marché, le marché sera plus grand, ce qui permet les firmes à dégager plus des profits, ces profits attirent de nouvelles firmes concurrentes et le nombre de firmes augmente de  $n_1$  à  $n_2$ , donc cette situation aussi permet de baisser les prix de  $P_1$  à  $P_2$ . Ici, les consommateurs préféreront participer à un grand marché plutôt qu'à un petit.

### 3.2.3. La politique commerciale et industrielle stratégique

La nouvelle théorie de commerce international a également développé une analyse concernant la politique commerciale stratégique, depuis la publication d'un article de Spencer et Brander<sup>1</sup>. Ils envisagent le cas d'une firme domestique qui entre en concurrence avec une firme étrangère sur un marché tiers où il n'existe pas de producteur autochtone (dans certaines industries, il y a seulement quelques firmes qui se font effectivement concurrence). Ils ont fait remarquer que dans ce cas, un gouvernement cherchera à intervenir en modifiant les règles du jeu de manière à faire gagner ces surprofits par des firmes nationales plutôt que des firmes étrangères.

La politique commerciale et industrielle stratégique dispose de deux instruments, les barrières douanières et les aides publiques. Les pouvoirs publics du pays domestique subventionnent les dépenses de recherche et développement de leurs firmes qui conduisent à une diminution de leurs coûts de production. Cette situation décrite comme l'« extraction d'une partie des rentes d'oligopole de la firme étrangère »<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> SPENCER, A., BRANDER, J., 1983, *International R&D Rivalry and Industrial Strategy*, Review of Economic Studies, vol 50.

<sup>2</sup> RAINELLI, M., 2005, *État des lieux du commerce international les théories du commerce international*, mondialisation et commerce international cahiers français n 325.



La politique commerciale dispose de deux instruments, les barrières douanières et les aides publiques (comme l'exemple de l'industrie aéronautique avec la rivalité entre Airbus et Boeing).

Nombreux études vont s'intéresser à la description de la politique commerciale et industrielle stratégique (l'intervention pouvoirs publics), parmi ces études celle de Krugman (1993)<sup>1</sup>. Pour lui, La protection d'un pays par un tarif douanier peut être le moyen de diminuer les quantités produites par les concurrents des pays étrangers et donc d'accroître leur coût unitaire et d'étendre l'échelle de production des firmes nationales, ce qui diminue leur coût unitaire et doit leur permettre, après saturation du marché national, d'exporter.

Selon Krugman, dans une situation de produits importés, la protection doit permettre à l'Etat ou aux firmes nationales de s'accaparer une part du profit des oligopoleurs ou du monopoleur étrangers. Dans une situation des industries exportatrices, une subvention aux exportations (ou en leur absence une subvention de la R&D, base de la compétitivité dans les industries de haute-technologie), peut se permettre d'obtenir une plus large part du marché international.

Les politiques stratégiques sont des politiques d'enrichissement aux dépens des voisins qui accroissent le bien être aux dépens d'autres pays. Elles risquent par conséquent de déboucher sur des guerres commerciales qui aggravent la situation de chacun.

### **3.3. La nouvelle « nouvelle » théorie de commerce international**

#### **3.3.1. Le modèle gravitationnel des échanges**

Le modèle de gravité est le modèle le plus utilisé actuellement, l'équation de gravité a été conçue par Tinbergen (1962)<sup>2</sup> pour tenter de déterminer ce que serait la structure des échanges internationaux en l'absence de distorsion. L'équation de gravité, appelée par référence à la loi de Newton décrivant la force de gravité comme une fonction du produit des masses de deux objets et de la distance entre eux.

---

<sup>1</sup> KRUGMAN, P., 1993, **The Narrew and Barrod Arguments for Free Trade**, American Economic Review, papers and proceedings, vol. 83, n° 3, Mai 1993.

<sup>2</sup> TINBERGEN, J., 1962, **Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economic Policy**, New York, NY: Twentieth Century Fund.

Les modèles de gravité sont l'ensemble des modèles qui établissent un lien entre les flux commerciaux et les caractéristiques économiques et géographiques des pays, ces modèles ont eu beaucoup de succès dans le domaine des études du commerce bilatéral. Et sont essentiellement dépendants des facteurs géographiques et les revenus des partenaires économiques. L'utilisation de ces modèles de gravité est basée sur la logique selon laquelle les flux d'échanges entre deux pays dépendent positivement de leurs « masses économiques » mesurées par leurs Produits Intérieurs Bruts (PIB) et dépendent inversement de la distance séparant ces deux pays.

Le modèle de gravité simple se présente comme suit:

$$X_{ij} = f(Y_i, Y_j, d_{ij}) = g \cdot (Y_i)^b (Y_j)^c / d_{ij}^d$$

Où  $X_{ij}$  : est le niveau des exportations du pays i vers les pays j;

$g$ : est une constante;

$Y_i$  : est le Produits Intérieurs Bruts (PIB) du pays i;

$Y_j$  : est le Produits Intérieurs Bruts (PIB) du pays j;

$d_{ij}$  : est la distance entre les deux pays i et j;

Avec :  $b, c$  positifs ;  $d$  négatif

La forme logarithmique de cette équation donne :

$$\ln X_{ij} = a + b \ln Y_i + c \ln Y_j + d \ln d_{ij} + e$$

De nombreuses études ont tenté de modifier l'équation de gravité newtonienne originale comme Anderson (1979)<sup>1</sup>, Bergstrand (1985)<sup>2</sup>, Balassa et Bauwens (1987), Pierre et Lee (1995), Clark et Stanley (2003), Faustino et Leitão 2008, Blanc (2009), Leitão et Faustino (2009) et Leitão et Faustino (2010).....etc<sup>3</sup>.

L'équation de gravité a été fort utile pour expliquer les déterminants des échanges bilatéraux et les incidences des politiques commerciales, comme la création de zones de libre-

<sup>1</sup> ANDERSON J. E., 1979, **A Theoretical Foundation for the Gravity Equation**, The American Economic 69 (1), 106-116.

<sup>2</sup> BERGSTRAND, H., 1985, **The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence**, Review of Economics and Statistics, 67(3), 474-481.

<sup>3</sup> LEITÃO N. C., 2010, **The Gravity Model and United States' Trade**, European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences - Issue 21 (2010), 91 – 100.

échange. Les modèles de gravité ne s'intéressent qu'aux variables qui influencent le commerce et qui ne peuvent simuler que les effets d'une modification de ces variables sur le commerce.

### **3.3.2. Coûts du commerce et décisions d'exportation « Un modèle de firmes hétérogènes »**

Depuis l'article de Melitz (2003)<sup>1</sup>, on assiste à une explosion des travaux sur les « firmes hétérogènes ». Ces travaux intègrent les différences entre les entreprises pour rendre compte des nouvelles tendances observées au niveau des entreprises. D'après ces travaux, comme le dit Baldwin (2006b), les économistes ont construit de « nouveaux nouveaux » modèles du commerce.

#### **3.3.2.1 Modèle de firmes hétérogènes de Melitz**

Le modèle de firmes hétérogènes de Melitz établit un mécanisme d'auto-sélection pour expliquer la relation productivité-exportations.

#### **Les principales hypothèses de modèle de firmes hétérogènes de Melitz<sup>2</sup> :**

- ❖ Il y a des firmes faisant face à la décision d'exporter vers les marchés étrangers ;
- ❖ Le modèle de Melitz proposé dans le cadre concurrence monopolistique avec une différenciation horizontale des produits ;
- ❖ Les coûts marginaux des firmes varient d'une firme à l'autre et les courbes de coûts sont différentes<sup>3</sup> ;
- ❖ L'hétérogénéité des performances repose sur des différences de productivité des firmes ;
- ❖ La productivité totale des facteurs varie selon les firmes ;
- ❖ Les firmes qui désirent exporter doivent supporter un coût fixe irrécouvrable.

Melitz montre que, seules Les firmes ayant un niveau de productivité très élevés auront intérêt à payer le coût d'entrée sur le marché intérieur et sur le marché d'exportation. Tandis que les entreprises ayant un niveau de productivité moyen auront intérêt à payer seulement le coût d'entrée sur le marché intérieur. Selon lui, il y a trois situations possibles et deux seuils de productivité:

---

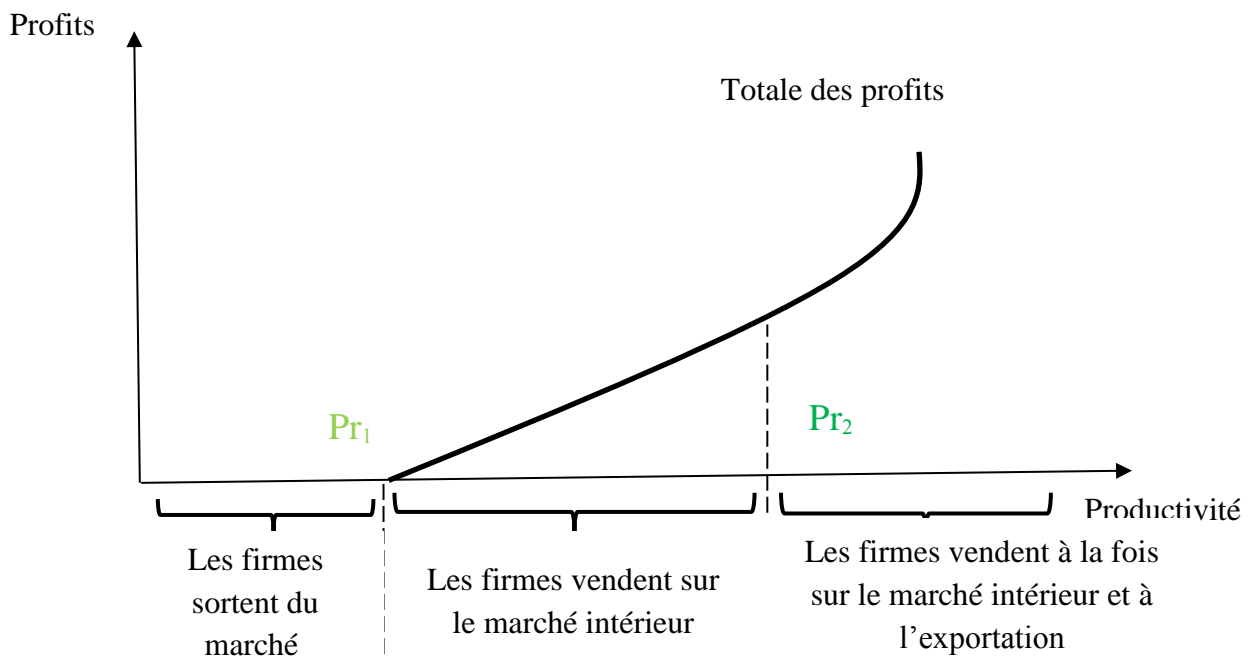
<sup>1</sup> MELITZ, M., 2003, **The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity**, *Econometrica*, Vol. 71, No. 6 (Nov., 2003), pp. 1695-1725, P 1706.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> KRUGMAN, P., OBSTFELD, M., MELITZ, M., 2012, *Economie internationale*, Op.cit. P 182.

- Les firmes les moins productives (celles dont la productivité est supérieur au premier seuil) sortent du marché ;
- Les firmes qui sont peu productives (celles dont la productivité est compris entre les deux points limites) entrent sur le marché mais ne vendent que sur le marché intérieur, et la rentrer sur le marché intérieur dépend du coût d'entrée fixe ainsi que des prix et de la demande;
- Les firmes qui sont les plus productives (celles dont la productivité est supérieure au deuxième seuil) vendent à la fois sur le marché intérieur et à l'exportation, et la rentrer sur le marché d'exportation dépend du coût fixe de l'entrée sur ce marché, ainsi que des coûts commerciaux, du niveau des prix et de la demande.

Figure n° 1-3 : La relation entre la productivité et les profits des firmes dans le modèle de Melitz



Source : élaboré sur la base de l'article de Melitz (2003).

Avec :  $Pr_1$  : le premier seuil de productivité,  $Pr_2$  : le deuxième seuil de productivité.

D'après la figure n°1-3, uniquement les firmes qui réalisent des profits sur le marché étranger vendent sur les deux marchés, et qui sont la productivité de deuxième seuil ( $Pr_2$ ) à cause d'augmentation de coût d'entrée sur de nouveaux marchés d'exportation. Melitz montre que, la diminution des coûts commerciaux abaisse le niveau minimum de productivité dont les firmes ont besoin pour exporter de manière rentable, de sorte que les non-exportateurs les plus

productifs commencent à exporter et les exportateurs déjà établis augmentent leurs ventes en s'implantant sur de nouveaux marchés.

Alors l'ouverture va profiter à certaines firmes et nuire à d'autres<sup>1</sup>. Les firmes les plus productives pourront exporter et croître ; les autres seront cantonnées sur leur marché domestique et verront leurs parts de marché se réduire sous la pression de la concurrence étrangère, au point que certaines seront poussées à la faillite.

### 3.3.2.2 Le modèle de Helpman, Melitz et Yeaple (2004)<sup>2</sup>

Helpman, Melitz et Yeaple (2004) élargissent le modèle de Melitz, en introduisant plusieurs secteurs, ils supposent l'existence de plus de types des firmes:

- ❖ Les firmes peu productives qui ne vendent que sur le marché intérieur;
- ❖ les firmes exportatrices qui vendent à la fois sur le marché intérieur et à l'exportation;
- ❖ les firmes très productives qui optent pour l'Investissement Direct Etranger (IED) horizontal au lieu d'exporter leurs produits à l'étranger.

Helpman et autres supposent que la création d'une filiale étrangère est plus coûteuse que l'exportation, et qu'il y a plus des firmes très productives et que ces firmes accéderont aux marchés étrangers par le biais de l'IED plutôt que par l'exportation<sup>3</sup>.

Selon le travail de ces économistes, l'IED permettant de réduire les coûts de transport dont les secteurs ou ces coûts sont élevés. Et dans les secteurs ou les rendements d'échelle au niveau des entreprises sont relativement faibles parce que les pertes étant peu importantes si la production n'est pas concentrée dans un seul pays. Le but de leur travail est de montrer que les différences entre les firmes sont un élément important pour expliquer l'arbitrage constate entre les exportations et l'IED que la diminution des droits de douane et des taux de fret (c'est-à-dire des coûts à l'exportation) et des coûts fixes au niveau des firmes (indicateur de l'importance des économies d'échelle).

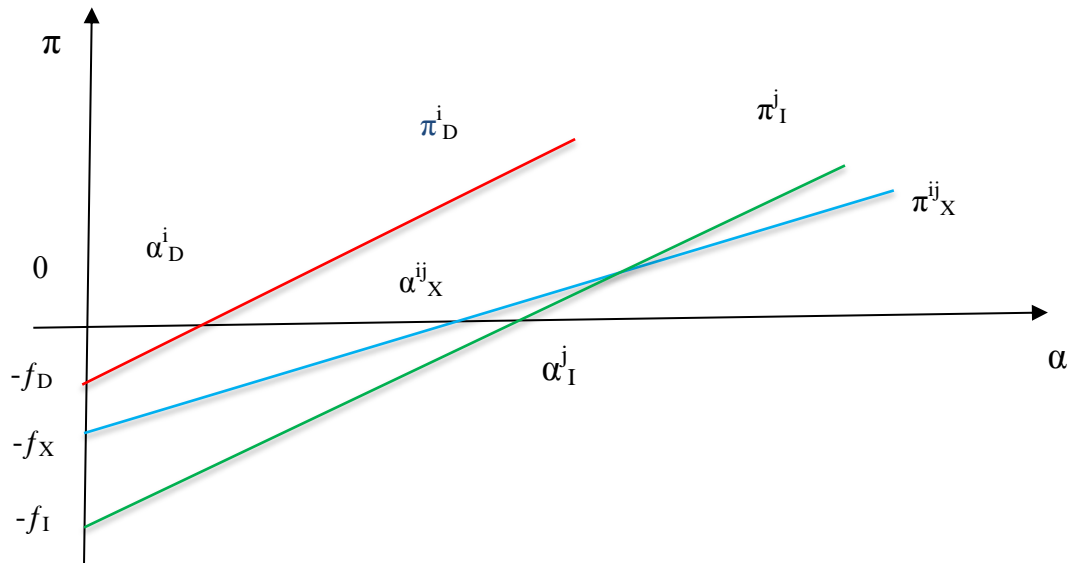
---

<sup>1</sup> KRUGMAN, P., OBSTFELD, M., MELITZ, M., 2012, **Economie internationale**, Op.cit. P 202 – 203.

<sup>2</sup> HELPMAN. E., MELITZ. M. J., AND YEAPLE. S. R., 2004, **Export Versus FDI with Heterogeneous Firms**, THE AMERICAN ECONOMIC REVIEW, VOL. 94 NO. 1, MARCH 2004, pp. 300-316.

<sup>3</sup> Ibid., P 300.

Figure n° 1-4 : La relation entre les profits et les ventes intérieures, les exportations et l'Investissement Direct Etranger (IDE)



Source : HELPMAN, E., MELITZ, M. J., AND YEAPLE, S. R., 2004, Op.cit. P 302.

Avec :

$\alpha$  : niveaux de productivité;

$\pi$  : Profits;

$f_D$  : des coûts fixes d'entrée dans le pays i (production locale);

$f_X$  : des coûts fixes supplémentaires pour l'exportation vers le pays j (marché étranger) ;

$f_I$  : des coûts fixes supplémentaires pour l'Investissement Direct Etranger (IED) dans le pays j (IDE horizontal);

$\pi_D^i$  : courbe de Profits de l'entrer dans le pays i (production locale);

$\pi_X^{ij}$  : courbe de Profits de l'exportation vers le pays j (marché étranger);

$\pi_I^j$  : courbe de Profits de l'Investissement Direct Etranger (IED) dans le pays j.

D'après la figure n° 5, il y a quatre possibilités<sup>1</sup> :

- ❖ Les firmes avec des niveaux de productivité ci-dessous le seuil de productivité  $\alpha_D^i$  peuvent décider de quitter et ne pas produire (les profits intérieurs de pays i égal à zéro);
- ❖ Les firmes avec des niveaux de productivité entre le seuil de productivité  $\alpha_D^i$  et le seuil de productivité  $\alpha_X^{ij}$  peuvent décider de vendre leurs produits uniquement sur le marché intérieur de pays i;

<sup>1</sup> HELPMAN. E., MELITZ. M. J., AND YEAPLE. S. R., 2004, Op.cit. P 303.

- ❖ Les firmes avec des niveaux de productivité entre le seuil de productivité  $\alpha_{X}^{ij}$  et le seuil de productivité  $\alpha_{I}^j$  peuvent décider de vendre leurs produits sur le marché intérieur de pays  $i$  et sur le marché étranger de pays  $j$ ;
- ❖ Les firmes avec des niveaux de productivité supérieure au seuil de productivité  $\alpha_{I}^j$  peuvent décider de créer des filiales dans le pays  $j$ .

Selon Helpman et autres uniquement les firmes les plus productives choisissent d'investir sur les marchés étrangers avec l'IDE horizontal.

### 3.3.3. Produire à l'étranger : externalisation et firmes multinationales

Au cours des dernières décennies « de 1990 à ce jour », l'un des changements les plus importants dans la nature du commerce international a été l'interconnexion croissante des processus de production entre de nombreux pays, chacun se spécialisant dans un stade particulier de la production d'un produit. Dans la littérature sur le commerce, ce phénomène est désigné par les expressions « chaînes d'approvisionnement mondiales », « chaînes de valeur mondiales », « réseaux de production internationaux », « spécialisation verticale », « externalisation » et « fragmentation de la production »<sup>1</sup>.

La nouvelle « nouvelle » théorie de commerce international vise aussi à intégrer la théorie du commerce international avec les développements de la théorie de la firme. L'idée avancée d'après les recherches est que l'intensification des échanges découle principalement d'une « fragmentation de la production » à l'échelle mondiale, favorisée par un recours croissant à de l'impartition<sup>2</sup> internationale. Outsourcing correspond aussi parfaitement au sens général d'externalisation, car d'après Helpman (2006) l'externalisation est définie comme l'acquisition d'un intrant ou d'un service auprès d'une entreprise non affiliée.

---

<sup>1</sup> OMC, 2013, **Facteurs déterminant l'avenir du commerce mondial**, Rapport sur le commerce mondial 2013, p83.

<sup>2</sup> RAVIX J. T., SAUTEL O., 2007, **Comportements Des Firmes Et Commerce International**, Janvier 2007, Revue de l'OFCE 100, PP 176 – 199, P 176.

*« Le terme impartition est l'antonyme français pour intégration ; il correspond donc parfaitement au sens général du mot outsourcing (Helpman, 2006) qui recouvre à la fois les phénomènes de sous-traitance internationale et d'investissement direct à l'étranger, qui prend la forme d'une « spécialisation verticale », dont la particularité est d'organiser une dispersion de la chaîne de valeur de la production des biens entre ».*

Selon la recherche de Hummels, Ishii et Yi (2001)<sup>1</sup>, pour être qualifié de spécialisation verticale<sup>2</sup>, le flux commercial international correspondant doit obéir à trois conditions:

- ✚ Il doit porter sur un bien produit en deux étapes (au moins), de manière séquentielle;
- ✚ Le partage de la chaîne de valeur doit se faire entre deux pays (au moins);
- ✚ Un des pays (au moins) doit utiliser un input importé lors de sa contribution à la production et exporter une partie de l'output.

### 3.3.3.1 Modèle de l'hétérogénéité des choix organisationnels de firme

Il y a quatre possibilités devant les firmes concernant leurs choix organisationnels (les Sources de leurs biens ou services intermédiaires). Le tableau suivant représente ces quatre solutions possibles :

**Tableau n° 1-1: les choix organisationnels d'une firme « Sources de biens ou services intermédiaires »**

		Externalisation « outsourcing »
	Firme affiliée	Firme non affiliée
Dans le pays	Production interne à la firme	Externalisation dans le pays
Délocalisation	Investissement Direct Etranger « IDE » Échanges intra-firme	Externalisation internationale Échanges dans des conditions de pleine concurrence

Source : OMC, 2008, **Le Commerce A L'heure De La Mondialisation**, Rapport sur le commerce mondial, Genève, P 106.

D'après le tableau, il y a quatre possibilités de la Sources de biens ou services intermédiaires concernant le choix organisationnels d'une firme, avec le choix de la production

<sup>1</sup> HUMMELS D., ISHII J., YI K. M., 2001, **The Nature and Growth of Vertical Specialization in World Trade** , Journal of International Economics, Vol. 54, pp. 75-96.

<sup>2</sup> Le terme «vertical» désigne des stades de transformation différents, c'est-à-dire la production d'intrants intermédiaires utilisés dans la production d'un produit final.



interne à la firme « filiale dans le pays, ou dans un autre pays », ou bien choix de la production externe à la firme « Externalisation dans le pays, ou Externalisation internationale ». Alors que l'IDE implique des échanges intra-firme, la délocalisation dans des conditions de pleine concurrence implique des échanges entre entreprises.

Selon les deux économistes Grossman et Helpman (2002)<sup>1</sup>, les décisions des firmes dépend de l'arbitrage entre les coûts de production plus élevés associés à une organisation vaste et moins spécialisée; et les coûts de la recherche de fournisseurs appropriés et du règlement des questions contractuelles associées à l'externalisation. Ils montrent aussi que l'externalisation augmente dans le Sud par rapport au Nord lorsque la taille du Sud augmente.

Dans une autre étude réalisée par Grossman et Helpman (2003)<sup>2</sup>, le cas d'une implantation à l'étranger, cette étude explique le volume relatif du commerce intra-firme (lié aux IDE) et du commerce intra-branche (lié à la sous-traitance internationale). Selon les deux économistes, le poids de la sous-traitance « Outsourcing » relativement aux IDE est positivement relié à la taille de l'industrie étrangère, ainsi qu'à l'amélioration de l'environnement contractuel à l'étranger.

### 3.3.3.2 Modèle de l'hétérogénéité des firmes et flux commerciaux

Antràs (2003)<sup>3</sup> a construit un modèle qui permet de comprendre les choix hétérogènes de firmes pour expliquer les flux de commerce différenciés qui en découlent. Ce modèle établit une distinction entre les secteurs à forte intensité de capital et les secteurs à forte intensité de main-d'œuvre. Pour les secteurs à forte intensité de capital, l'étude montre que l'intégration verticale est la forme préférée d'approvisionnement en biens intermédiaires; et pour les secteurs à forte intensité de main-d'œuvre, le commerce de pleine concurrence est l'option préférée.

Selon un modèle présenté par Antràs et Helpman (2004), le choix entre l'intégration verticale (aux coûts fixes sont plus élevés en raison des coûts de gestion élevés) et l'externalisation (aux coûts de recherche de fournisseurs sont plus élevés) est fondé sur

---

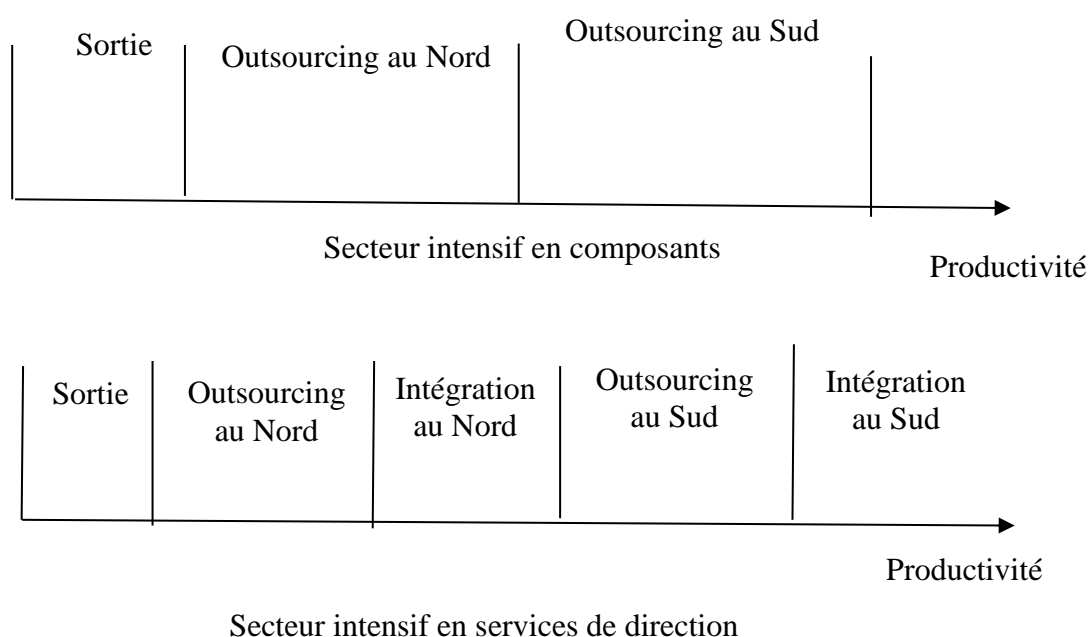
<sup>1</sup> Grossman G. M., Helpman, E., 2002, **Integration versus outsourcing in industry equilibrium**, The Quarterly Journal of Economics 117, 1: 85-120.

<sup>2</sup> GROSSMAN G. M. et HELPMAN E., 2003, **Outsourcing versus FDI in Industry Equilibrium**, Journal of European Economic Association, Vol. 1.

<sup>3</sup> ANTRÀS P., 2003, **Firms, Contracts, and Trade Structure**, Quarterly journal of Economics, Vol. 118, pp. 375-418.

l'arbitrage entre les coûts. Dans cette structure de coûts, l'externalisation est plus fréquente que l'intégration verticale dans les secteurs où la production du bien final nécessite beaucoup de composants. Par contre, dans les secteurs où le producteur du bien final fournit des services de siège.

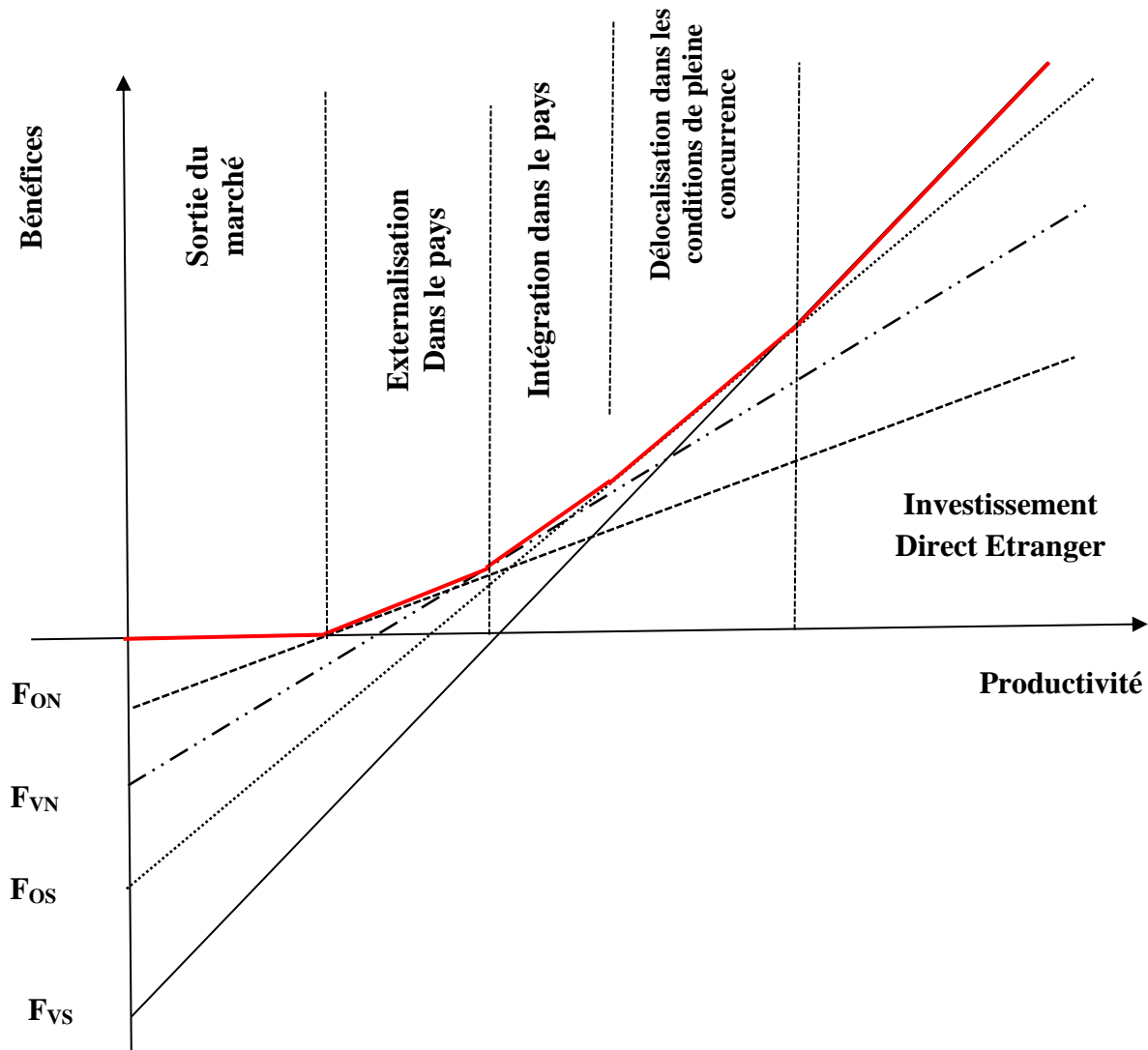
**Figure n° 1-5 : Dispersion des firmes par forme organisationnelles (d'après Antràs et Helpman, 2004)**



**Source:** ANTRÀS P., HELPMAN E., 2004, **Global Sourcing**, Journal of Political Economy, Vol. 112 (3), pp. 552-580, P 565.

Selon la Figure n° 1-5 et par ordre de productivité décroissant, les entreprises les plus productives auront recours à l'IED, les firmes ayant un niveau de productivité moyen à élevé délocaliseront à l'international, celles qui ont un niveau de productivité moyen à faible intégreront toutes leurs activités sans aucune externalisation et, enfin, les moins productives seront évincées du marché ou externaliseront sur le marché intérieur.

Figure n° 1-6 : Le choix d'intégration verticale ou externalisation d'une firme à forte intensité de services de siège implantée dans le nord



Source: ANTRÀS P., HELPMAN E., 2004, **Global Sourcing**, Op.cit, P 567.

Avec :

$F_{VS}$  : les coûts fixes de l'intégration verticale dans le sud;

$F_{OS}$  : les coûts fixe de l'externalisation « outsourcing » dans le sud;

$F_{VN}$  : les coûts fixes de l'intégration verticale dans le nord ;

$F_{ON}$  : les coûts fixe de l'externalisation « outsourcing » dans le nord.

La Figure n° 1-6 montre que les firmes choisiront le type d'organisation qui maximise leurs bénéfices, sans oublier que les coûts fixes de l'intégration verticale sont plus élevés que ceux de la délocalisation et sont moins élevés dans le Nord que dans le Sud. La courbe en gras représente la limite de maximisation des bénéfices. Elle montre que seules les firmes très productives optent pour la délocalisation. En outre, si l'on fait une distinction entre les firmes qui délocalisent et celles qui ne délocalisent pas dans chaque groupe, on constate que les moins productives optent pour l'externalisation.

Dans une autre étude qui a été présentée par Antràs (2005)<sup>1</sup> concernant la relation entre le cycle de vie des produits et le comportement des firmes. Au départ, Antràs montre que tous les éléments de la chaîne de valeur d'un nouveau produit sont produits dans le pays. Avec le temps, la production des composants est délocalisée vers les filiales et les composants sont importés dans le cadre d'échanges intra-firme. A mesure que le produit arrive à maturité, les composants sont fabriqués à l'étranger et importés dans des conditions de pleine concurrence.

---

<sup>1</sup> ANTRÀS P., 2005, Incomplete Contracts and the Product Cycle, American Economic Review, Vol. 95 (4), PP 1054-1073.

**Tableau n° 1-2: Les fondements des théories du commerce international depuis les années 1800 à ce jour**

	<b>(1800s – 1970s)</b>	<b>(1970s – 2000s)</b>	<b>(2000s- à ce jour)</b>
	<b>Les échanges internationaux fondent sur les pays «théories traditionnelles »</b>	<b>Les échanges internationaux fondent sur les industries « nouvelle théories »</b>	<b>Les échanges internationaux fondent sur les firmes « nouvelle - nouvelle-théories »</b>
<b>Échange des secteurs</b>	Échanges entre deux secteurs déferents	Échanges entre un secteur « même secteur »	Échanges entre un secteur « même secteur »
<b>Rendements d'échelle</b>	Rendements d'échelle constants	Rendements d'échelle croissants	Rendements d'échelle croissants
<b>concurrence</b>	Concurrence parfaite	Concurrence monopolistique	Concurrence monopolistique
<b>Type de commerce</b>	Inter industries	Intra industries « commerce intra-branche »	Intra industries « commerce intra-firme »
<b>Effets de la productivité globale du commerce</b>	N'est pas applicable	Les effets positifs de plus grande échelle	Les effets positifs de plus grande échelle, et déferents d'une firme à l'autre
<b>Sources de gains de Commerce</b>	Réaffectations de Ressources entre les industries	Une plus grande variété des produits	une plus grande variété des produits
<b>Les firmes exportatrices et non exportatrices dans la même industrie</b>	N'est pas applicable	N'est pas applicable	applicable
<b>L'effet de libéralisation de commerce sur la productivité</b>	N'est pas applicable	N'est pas applicable	La libéralisation de commerce augmente la productivité de l'industrie

Source: LAPHAM B., 2015, **International Trade with Firm Heterogeneity: Theoretical Developments and Policy Implications**, Redesigning Canadian Trade Policies for New Global Realities, edited by Stephen Tapp, Ari Van Assche and Robert Wolfe, will be the sixth volume of The Art of the State.

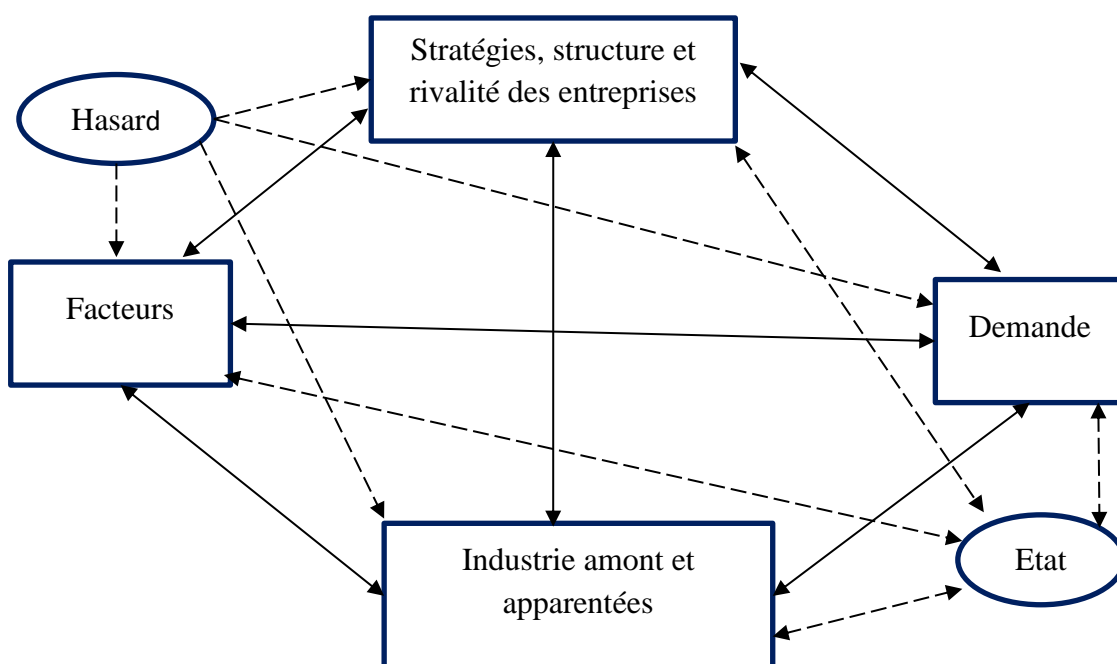
[irpp.org/fr/research-studies/aots6-lapham](http://irpp.org/fr/research-studies/aots6-lapham)

### 3.4. Porter et l'avantage concurrentiel des nations

Porter explique dans leur théorie de l'avantage concurrentiel des nations que les sources de l'avantage concurrentiel se trouvent avant tout au niveau local, et la réussite d'une firme est fortement liée à son pays d'origine, notamment à l'avantage concurrentiel national que posséderait ce pays.

Selon Porter, il y a quatre déterminants de cet avantage concurrentiel interagissent et se renforcent mutuellement dans un processus dynamique : les facteurs de production, la demande, les industries amont et apparentées et les stratégies, structure et rivalités des firmes. Porter ajoute aussi le hasard et l'Etat qui détermine les chances qu'ont les firmes d'un pays donné et dans une industrie donnée de construire un avantage concurrentiel par rapport aux firmes concurrents d'autres pays. La figure suivante présente le système de l'avantage concurrentiel des nations.

Figure n° 1-7 : le système de l'avantage concurrentiel des nations selon Porter



Source : Porter, M., 1993, *Avantage concurrentiel des nations*, Paris, Inter édition, P141.

**3.4.1. Les facteurs de production :** ces facteurs jouent un rôle très important dans le fait d'avoir un avantage concurrentiel. Ils sont regroupés en cinq catégories : les ressources humaines et physiques, en savoir, en capital et en infrastructures. Porter souligne que l'importance relative de ces derniers varie selon les secteurs.

**3.4.2. La demande** : la compétitivité internationale nécessite une demande intérieure pour un bien ou un service. La sophistication de la demande stimule l'innovation et la création des produits à haute valeur ajoutée.

**3.4.3. Les industries amont et apparentées** : la présence des fournisseurs (industries amont) compétitives au niveau international procurera au secteur de référence (industrie d'aval) plusieurs avantages; dont particulièrement l'accès rapide et efficace aux inputs offrant un bon rapport qualité / prix, en plus une liaison entre les chaînes de valeur des firmes et de leurs fournisseurs.

Par ailleurs, la présence d'industries apparentées dans un pays donné conduit à l'apparition de nouvelles capacités compétitives de l'industrie de référence. Ces industries jouent autant par leur état de développement que par leur compétitivité<sup>1</sup>.

**3.4.4. Stratégie, la structure et la rivalité des firmes** : ce grand déterminant porte sur le contexte dans laquelle les firmes sont créées organisés et dirigés, ainsi que la nature de la concurrence domestique. La forte concurrence aux niveaux mondiale pousse les firmes à innover, à progresser, à améliorer la qualité de leurs produits et services et à abaisser leurs coûts. Elles disposent d'avantages concurrentiels à l'extérieur de leur marché d'origine si elles disposent dans leurs pays d'origine d'un environnement de compétition dynamique.

Porter ajoute additivement à ces quatre déterminants le rôle de hasard et de l'état comme aussi des déterminants de l'avantage concurrentiel.

**3.4.5. Le rôle du hasard** : le hasard correspond à des événements aléatoires, notamment comme : les grands bouleversements technologiques, les guerres, les décisions politiques et économiques de pays tiers et les changements de taux de change. Ces derniers créent des bouleversements permettant une redistribution des positions concurrentielles.

**3.4.6. Le rôle de l'Etat** : l'élément le plus essentiel en matière de concurrence internationale est le rôle de l'Etat à partir de leur politique gouvernementale, notamment à travers les subventions et les politiques financiers. L'Etat influence positivement ou négativement sur chacun des quatre déterminants, ce qui permet de modifier la formation de l'avantage concurrentiel.

---

<sup>1</sup> Porter, M., 1993, *Avantage concurrentiel des nations*, Op.cit., P 142.

## Conclusion :

Depuis longtemps, l'ouverture des frontières est, de plus en plus, une réalité. Les pays qui ont longtemps été tenus en dehors de libéralisation, sont actuellement, en particulier dès l'adoption des plans d'ajustement structurel, sur la voie d'une ouverture au marché forcée.

Pour de nombreuses économistes, la compétitivité nationale (rattachée aux échanges commerciaux entre les pays de monde) est un concept pertinent; dans la mesure où elle est la capacité d'un pays à réaliser son objectif de croissance économique, à améliorer durablement le niveau de vie de ses habitants et à leur procurer un haut niveau d'emploi et de cohésion sociale.

Les études qui ont été faites dans le domaine du commerce international jusqu'à maintenant, ont permis aux chercheurs d'améliorer de manière considérable leur connaissance des gains découlant du commerce international; et, partant, des déterminants des échanges commerciaux entre les pays de monde et ce à travers les théories classiques, nouvelles ou « nouvelles nouvelles ». Les échanges commerciaux complexes que l'on regarde aujourd'hui ne peuvent s'expliquer par une seule cause, et la loi de l'avantage comparatif est toujours considérée comme l'un des piliers de la science économique.



**Chapitre 02:**  
**Les déterminants et les indicateurs de  
mesures de la compétitivité**

**Introduction :**

Parmi les notions les plus dynamiques de la pensée économique moderne la notion de compétitivité, cette dernière contient des effets économiques des domaines non-économiques. Il s'agit surtout de : la stabilité politique, les sciences, l'éducation ou les systèmes de valeur. La recherche empirique dans la compétitivité à travers de nombreuses organisations internationales<sup>1</sup> permet de diffuser des indicateurs de synthèse. Ces indicateurs dont l'objectif est de classer les différents pays du monde en fonction de multiples critères à l'instar de la compétitivité, la performance économique, l'efficacité des affaires et le développement humain.

Depuis un certain temps, La compétitivité est devenue une condition très importante pour la prospérité économique, elle se place au cœur du perpétuel mécanisme de globalisation des échanges internationaux des biens et des services. Dans ce chapitre, différents points seront avancés:

- Revue de la littérature empirique de la compétitivité;
- Types et déterminants de la compétitivité ;
- Les indicateurs de mesure de la compétitivité.

---

<sup>1</sup> Comme International Institute for Management Development « IMD », Forum économique mondial, OCDE, AT Kearney, et autre

## Section 1 : Revue de La Littérature empirique de la compétitivité

Afin de classer les différents pays en fonction de nombreux critères à l’instar de la compétitivité, plusieurs rapports internationaux mettent et diffusent des indicateurs de synthèse de la compétitivité au niveau mondial comme : The Global Competitiveness Report, The World Competitiveness Yearbook, et l’Organisation de coopération et de développement économiques.

### 1.1. La compétitivité selon le rapport d’International Institute for Management Development « IMD »

L’IMD à travers son rapport WCY « World Competitiveness Yearbook » publie depuis 1989 et établit un classement de la compétitivité de 63 économies<sup>1</sup> de par le monde sur la base des 340 critères quantitatifs et qualitatifs préalablement à la préparation du Forum économique mondial<sup>2</sup>. En 2018, L’IMD célèbre la 30<sup>ème</sup> édition de son Annuaire de la compétitivité mondiale. Ce rapport a pour but de classer les pays en fonction de la qualité d’ensemble de l’environnement qu’ils offrent aux entreprises selon un indicateur unique calculé sur la base d’un ensemble d’éléments comparatifs sur les caractéristiques de l’environnement des affaires. Dès 2015, L’IMD étend ses activités en réalisant des projets sur mesure pour les entreprises afin de comparer leurs performances à celles d’autres entreprises de leurs secteurs et / ou des pays dans lesquels elles exercent leurs activités. L’évaluation de la compétitivité des entreprises est un outil très important pour évaluer les performances d’une entreprise. Le Centre améliore ses services en développant davantage les ateliers de compétitivité et ce pour les entreprises et les gouvernements.

Selon l’IMD, La compétitivité des nations est un domaine de la connaissance économique, lequel analyse les faits et les politiques qui charpentent la capacité des nations à créer; et à maintenir un environnement qui soutient la création de plus de richesses pour les entreprises et plus de prospérité pour les gens.

---

<sup>1</sup> Les 63 économies choisies en fonction de la disponibilité de statistiques internationales. Aussi les 340 critères de compétitivité sélectionnés à la suite des recherches approfondies dans la littérature économique, à la base des sources internationales, nationales et régionales et aux commentaires des milieux d’affaires, des agences gouvernementales et des universitaires. Les critères de compétitivité sont révisés et mis à jour régulièrement ainsi selon la disponibilité de nouvelles théories, recherches et données et l’évolution de l’économie mondiale.

<sup>2</sup> International Institute for Management Development, 2018, **methodology and principles of analysis**, IMD World competitiveness centre.

Pour l'IMD les firmes sont le moteur essentiel de la compétitivité entre les nations, il faut se rendre à l'évidence que les décisions des gouvernements jouent un rôle très important dans la création de l'environnement, du cadre dans lequel les firmes opèrent. Ceci est d'autant plus assuré lorsqu'on est amené à parler de l'attractivité d'un pays; une part importante de ce qu'on appelle l'avantage compétitif d'un pays provient des politiques d'encouragement suivies pour attirer l'Investissement Direct Etranger<sup>1</sup>.

Le rapport WCY examine la relation entre d'un côté, l'environnement national d'un pays, et d'un autre coté le processus de création de richesses assumé par les individus et les firmes. Il se concentre sur le résultat de l'interaction entre quatre facteurs de compétitivité, qui en général déterminent l'environnement national d'un pays, à savoir : la performance économique, l'efficacité du gouvernement, l'efficacité des affaires, l'infrastructure. Chacun de ces facteurs est subdivisé en cinq «sous facteurs». Certains des sous-facteurs sont subdivisés dans des catégories qui définissent des aspects de la compétitivité plus explicitement, en tout, 340 critères ont été groupés dans ces sous-facteurs, comme suit :

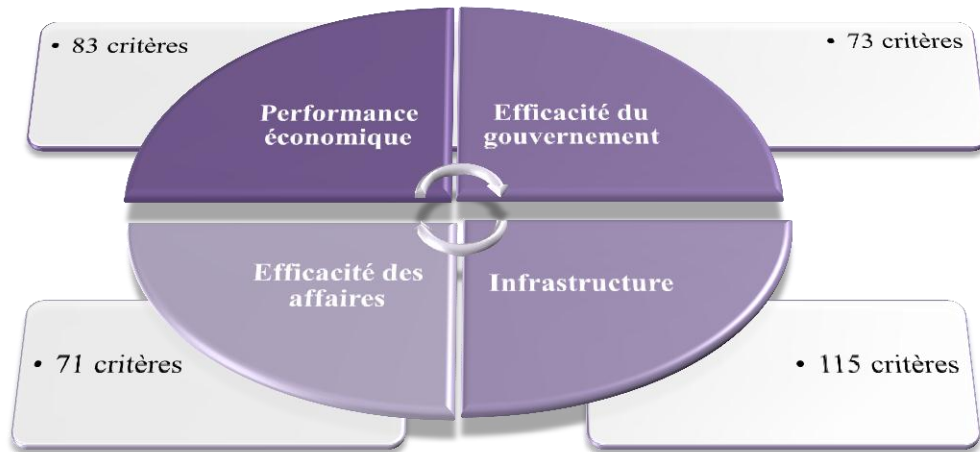
- **Facteurs de performance économique « résultats économiques » (83 critères):** évaluation macroéconomique de l'économie nationale comme le PIB, l'inflation, le commerce international, l'investissement international, l'emploi...
- **Facteurs d'efficacité gouvernementale (73 critères):** Mesure dans laquelle les politiques gouvernementales favorisent la compétitivité comme les finances publiques, la politique budgétaire, le cadre institutionnel, législation sur les firmes....
- **Facteurs d'infrastructure (115 critères):** Mesure dans laquelle les ressources fondamentales (accès à l'eau, routes, infrastructures énergétiques, etc...), technologiques (connexions internet, nombre d'ordinateurs, exportations de haute technologie, etc...), scientifiques et humaines (dépenses de R&D, personnel de la R&D, etc...) répondent aux besoins des entreprises, Santé et environnement (dépenses de santé, émissions de CO2, qualité de vie, etc...)....
- **Facteurs d'efficacité des affaires « efficacité des entreprises » (71 critères):** Mesure dans laquelle l'environnement national encourage les entreprises à fonctionner de manière innovante, rentable et responsable comme la productivité, le marché du travail (coûts salariaux, heures travaillées, etc...), le financement (capitalisation boursière, actifs

---

<sup>1</sup> PHILIPPAS, N., 2005/10-11A., Compétitivité : Classements internationaux, SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie. Carrefour de l'économie. P. 6-7.

bancaires, crédits, etc...), les pratiques de management (responsabilité sociale, pratiques éthiques, etc...).

**Figure 2-1: Les quatre facteurs de compétitivité selon le World Competitiveness Yearbook**



Source : élaboré sur la base d'International Institute for Management Development, 2018, METHODOLOGY AND PRINCIPLES OF ANALYSIS, IMD World competitiveness centre.

Pour chacun des critères, on calcule la valeur moyenne pour toute la population des 63 économies. Ensuite, on calcule la déviation standard (écart-type)<sup>1</sup> et enfin, on calcule les valeurs standards (STD) pour les critères selon les formules suivantes<sup>2</sup>:

$$S = \sqrt{\frac{\sum(X-\bar{X})^2}{N}}$$

$$STD = \frac{(X-\bar{X})}{S}$$

Avec :

S : la déviation standard ;

STD : les valeurs standards pour chaque critères ;

x : valeur observée ;

$\bar{x}$  : valeur moyenne de x dans les 60 économies ;

N : le nombre des économies.

<sup>1</sup> La méthode de l'écart type est utilisée pour calculer les résultats globaux, factoriels et sous-factoriels. Il mesure la différence relative entre les performances des 63 économies, ce qui permet une évaluation plus précise de la position relative de chaque pays dans le classement final.

<sup>2</sup> International Institute for Management Development, 2018, **methodology and principles of analysis**, IMD World competitiveness centre.

Sur base de ces résultats et à travers une décomposition comprenant 340 critères, le WCY établit un classement pour chacun des critères retenus et certifie qu'une performance saine dans ces dimensions crée un environnement national qui soutient la compétitivité<sup>1</sup>.

## 1.2. La compétitivité selon le rapport de World Economic Forum

En 1971, le professeur Klaus Schwab crée l'European Management Forum qui devient le Forum économique mondial en 1987 (World Economic Forum). Ce dernier s'est séparé de l'IMD en 1997 et élabore depuis son propre indicateur de compétitivité des pays<sup>2</sup>, il publie chaque année un rapport annuel sur la compétitivité globale intitulé «The Global Competitiveness Report» dans lequel, il dresse un classement des pays les plus compétitifs. Selon lui la compétitivité est l'ensemble des institutions, des politiques publiques et des facteurs qui déterminent, à terme, le niveau de productivité, et par conséquent le niveau de vie d'un pays.

The Global Competitiveness Report se base sur 113 critères, organisés en douze «piliers» de la compétitivité, eux-mêmes regroupés en 3 "sous-indices" : les paramètres de base, les facteurs dynamiseurs, et la sophistication des firmes et l'innovation.

**1.2.1. Les piliers de paramètres de base :** ces sous-indices sont les paramètres de base du décollage économique : institutions, infrastructures, stabilité macroéconomique, santé et éducation primaire. Ces "piliers" servent particulièrement à évaluer la situation des pays en voie de développement ou émergents.

➤ **Les institutions :** représentent le cadre juridique et administratif des relations entre les individus, les firmes et les gouvernements. Elles sont considérées comme le premier "pilier" de tout développement économique. Ce pilier représente donc un élément essentiel à la compétitivité perçue qu'il regroupe des droits de propriété nettement définis et exercés, une administration publique efficace et transparente, un système judiciaire objectif et indépendant, la garantie d'une sécurité physique ainsi que des normes strictes de gouvernance de firme.

---

<sup>1</sup> International Institute for Management Development, 2018, METHODOLOGY AND PRINCIPLES OF ANALYSIS, IMD World competitiveness centre.

<sup>2</sup> DUFLOT, ROUSSILLON et RIEU, 2014, **Un indicateur de compétitivité des filières porcines européennes pour les années 2010, 2011 et 2012**, Les Cahiers de l'IFIP - Vol 1- n° 1 – 2014, p 31.

➤ **Les infrastructures** : représentent les infrastructures routières, ferroviaires, portuaires, aéroportuaires qui renforcent la compétitivité des nations, et le développement de ces derniers réduit les distances et facilite l'intégration des acteurs économiques et des marchés. Ce pilier est primordial à l'activité économique des nations.

➤ **La stabilité macroéconomique** : La stabilité macroéconomique est l'un des déterminants de compétitivité, sa présence rend le fonctionnement des firmes facile.

➤ **santé et enseignement primaire** : c'est une facture très important dans la mesure où l'application d'un bon système de santé et d'un système éducatif de base permet d'utiliser une main-d'œuvre en bonne santé, bien scolarisée et plus productive.

**1.2.2. Les piliers sources d'efficience** : sont des piliers qui accélèrent la croissance.

➤ **L'enseignement supérieur et formation professionnelle** : la présence et l'encouragement d'un système d'enseignement supérieur et de formation professionnelle favorise le capital humain, et aide les pays à franchir les barres du progrès technique.

➤ **L'efficience du marché de produits et de services** : L'environnement concurrentiel est un des facteurs de la croissance. L'efficience des marchés est liée à la nature du contrôle étatique<sup>1</sup>, mais aussi au rôle des consommateurs qu'est le moteur premier d'efficience du marché.

➤ **L'efficience du marché du travail** : l'efficience et la flexibilité du marché du travail doit permettre d'optimiser l'allocation de la main-d'œuvre entre différents secteurs d'activité et offrir une rémunération aux salariés liée à leur productivité.

➤ **Le développement des marchés financiers** : Ce pilier est très important pour améliorer la compétitivité d'un pays, Celui-ci avec l'orientation d'épargne nationale et/ou étrangère vers les besoins de financement les plus rentables, aussi la confiance et la transparence qui sont très essentielles dans le développement du secteur bancaire.

**1.2.3. Les piliers de l'économie de la connaissance** : ces piliers sont les plus importants dans une économie de savoir.

➤ **Le développement technologique** : la capacité de pays à adopter les innovations notamment celles venues d'autres pays ou d'autres secteurs d'activité. Ainsi L'aptitude à

---

<sup>1</sup> Le fonctionnement de l'économie d'un pays est normal et par voie de conséquence l'économie est plus compétitive; si le système fiscal en place est simple, si les réglementations en vigueur sont moins nombreuses, et s'il y a plus de transparence et de concurrence.

s'approprier et utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sont parmi les clefs du succès des firmes.

➤ **La taille du marché :** La largeur d'un marché permet aux firmes de produire en grande quantité en diminuant les coûts unitaires, ce qui permet de favoriser l'expansion des firmes au niveau mondial<sup>1</sup>.

➤ **La sophistication des activités commerciales :** l'organisation intra et inter-firmes reflète la qualité des réseaux des firmes d'un pays ou la qualité du réseau interne de chaque firme. La qualité des réseaux des firmes (ou "clusters") offre des avantages à tous les participants et renforce l'efficacité des entreprises.

➤ **L'innovation :** ce pilier permet aux firmes de renouveler la source de la création de richesse. Il installe la compétitivité dans la durée, Pour rester sur le marché, les firmes doivent sans cesse offrir de nouveaux produits et services.

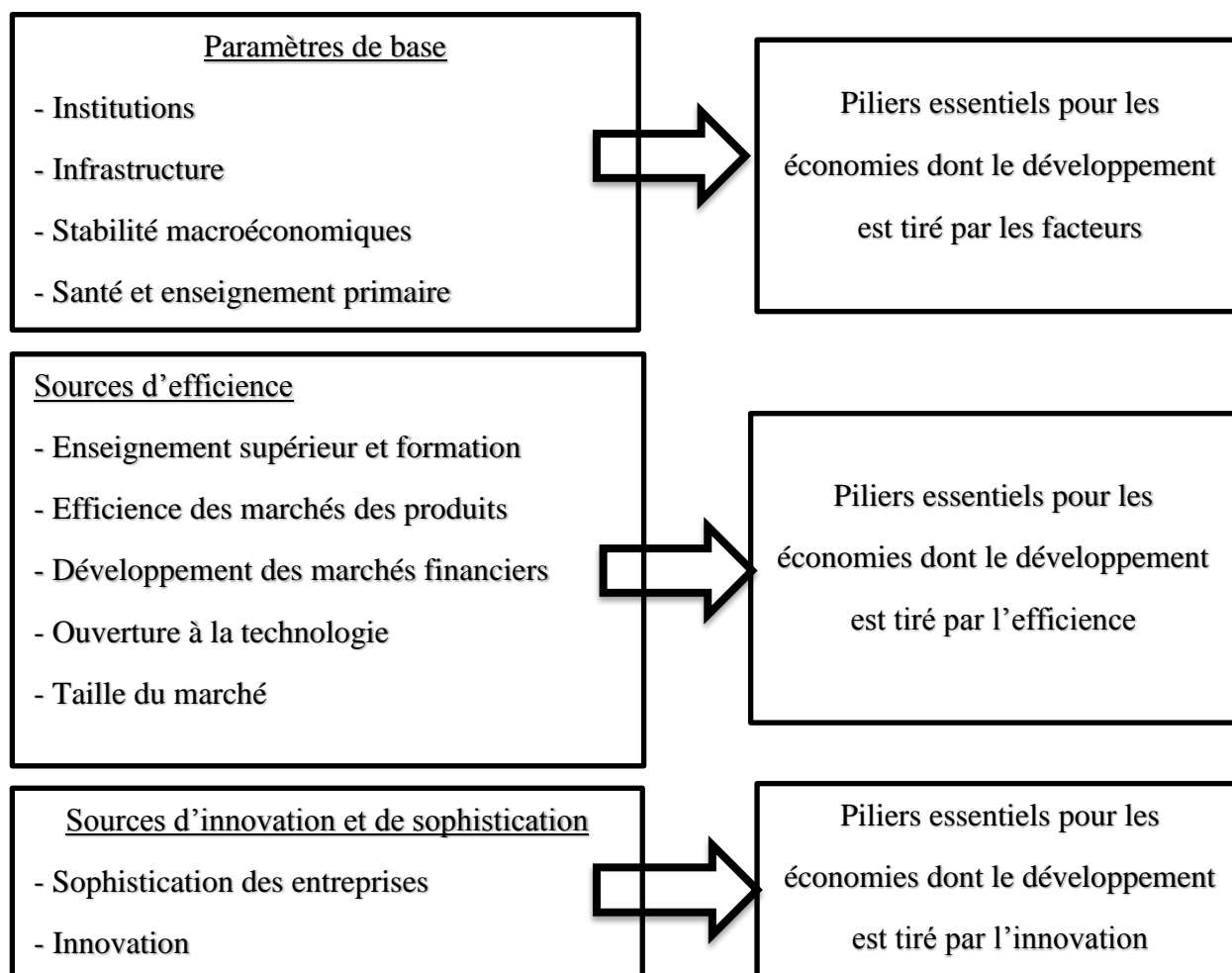
L'innovation devient un élément primordial pour les pays, elle suppose un environnement favorable aux innovateurs (propriété intellectuelle) et des moyens pour financer les investissements en Recherche & Développement.

---

<sup>1</sup> Les économies d'échelle favorisent l'expansion des firmes d'un côté, et l'ouverture économique ou les processus d'intégration régionale participent à l'extension des marchés.



**Figure 2-2: Les 12 piliers de la compétitivité selon The Global Competitiveness Report**



Source: DRZENIEK HANOUIZ, M. & KHATIB, S., 2011, **World Economic Forum**. Étude de la compétitivité du monde arabe 2010. P. 7.

### 1.3. La compétitivité selon le rapport de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)

Chaque année, L'OCDE publie régulièrement dans les perspectives économiques les principaux indicateurs économiques et des indicateurs de compétitivité. Ces indicateurs calculés relativement avec des valeurs unitaires à l'exportation de produits manufacturés, des coûts unitaires de main-d'œuvre dans l'industrie manufacturière; ainsi que des indices de prix à la consommation<sup>1</sup>. Ce rapport publie aussi des indices de taux de change effectifs présentés sous la forme des graphiques dans les Perspectives économiques.

<sup>1</sup> DURAND M. & GIORNO, C., **Les indicateurs de compétitivité internationale: Aspects conceptuels et évaluation**, OCDE, P172. <http://www.oecd.org/fr/eco/perspectives/33842566.pdf>

Les indicateurs de compétitivité calculés par le Département des affaires économiques et statistiques de l'OCDE s'inscrivent dans un cadre général d'analyse commun issu de l'approche d'Armington (1969). Ce cadre d'analyse résulte de la caractérisation des liens entre les variables du commerce extérieur (volume d'exportations et d'importations) et les mesures de la compétitivité-prix influant sur ces variables.

L'OCDE d'après son rapport, donne des estimations sur la concurrence qui s'exerce entre les pays de l'OCDE et les régions hors OCDE sur les marchés formés de ces mêmes pays ou zones. C'est-à-dire, de façon générale, l'ensemble du commerce international de produits manufacturés.

## Section 02: la compétitivité: types et déterminants

### 2.1 les types de la compétitivité :

La compétitivité est désignée principalement par deux types différents selon l'origine de ces facteurs: la compétitivité prix et la compétitivité hors prix.

**2.1.1 La compétitivité prix :** basée sur la capacité d'une firme à offrir un bien ou un service à un prix inférieur à celui des concurrents, avec une qualité identique, Afin de conserver une marge suffisante. Cela implique des coûts de production inférieurs à ceux de ses concurrents nationaux ou étrangers. Alors, elle peut être évaluée par l'aptitude d'une firme ou d'une filière à produire à moindre coût le même produit (qualité et caractéristiques comparables) que ses concurrents. Dans le cadre de commerce internationale, elle exprime aussi l'évolution des prix domestiques comparés à l'évolution des prix dans les pays concurrents. Cela implique des coûts de production inférieurs à ceux de ses concurrents nationaux ou étrangers.

**2.1.2 La compétitivité hors prix :** La compétitivité hors prix comprend des éléments de qualité, d'innovation, de service.... Les spécialisations nationales, qui sont le reflet de l'orientation des appareils productifs; et auxquelles concourent largement les firmes étrangères implantées localement, auront un impact différent sur la croissance selon la part des produits innovants ou la qualité des produits exportés.

De façon générale, la notion de compétitivité hors-prix englobe l'ensemble des facteurs permettant de différencier la production en fonction des concurrents<sup>1</sup>, comme:

---

<sup>1</sup> BEAULANDE, J., Compétitivité hors-prix et spécialisations qualitatives en union monétaire. P. 1.

- ❖ Les infrastructures;
- ❖ L'organisation spatiale des activités;
- ❖ Les réponses organisées pour remédier aux éventuelles défaillances;
- ❖ La gouvernance prévalant à tous les niveaux;
- ❖ Le comportement macroéconomique d'investissement, incorporant le progrès technique.

La compétitivité hors prix peut aussi recouvrir la compétitivité technologique et la compétitivité structurelle:

- **La compétitivité technologique :** ce type de compétitivité a retenu l'attention d'auteurs comme Schumpeter ou Marshall, à une « *forme de concurrence entre les firmes et les pays qui, au lieu de s'opérer par les prix et les coûts (comme c'est le cas dans l'analyse des marchés), porte sur les produits eux-mêmes. Elle se réfère à la recherche, à l'innovation, à l'accumulation du savoir technologique et à la compétence* »<sup>1</sup>.
- **La compétitivité structurelle:** elle pourrait exprimer les capacités internes de production et de commercialisation au sens large. Ce concept met en considération tous les facteurs « structurels » susceptibles de freiner ou de stimuler la production (capacité de financement, structuration de la filière, encadrement,.. etc.). En 1986, Chesnais attribue la fonction d'accorder à la nation un rôle actif par rapport aux firmes. Ainsi « *le terme de compétitivité structurelle permet d'exprimer l'idée (...) que si la compétitivité des entreprises traduit l'efficacité des pratiques de gestion de la firme, elle procède aussi de la cohérence et de l'efficacité des structures productives de l'économie nationale, du taux d'évolution à long terme et de la structure de l'investissement dans le pays, de son infrastructure technique et d'autres facteurs qui déterminent les avantages externes sur lesquels peuvent s'appuyer les firmes* »<sup>2</sup>. On retrouve ici la qualification du rôle de la nation en tant que facteur de compétitivité des firmes que développe Porter.

Par ailleurs, la notion de compétitivité ainsi définie fait référence à deux temporalités:

---

<sup>1</sup> MARNIESSE, S. & FILIPIAK, E., 2003, **Compétitivité et mise à niveau des entreprises : Approches théoriques et déclinaisons opérationnelles**, Agence Française de Développement, Paris: MAGELLAN & Cie. P. 46.

<sup>2</sup> Ibid.

- **La compétitivité à court terme** : une comparaison des performances d'une firme avec ses concurrents dans un instant donné t.
- **La compétitivité à long terme** : comme processus de préparation des conditions structurelles de l'amélioration de la compétitivité du pays.

La compétitivité prix et la compétitivité hors prix développées au niveau d'une firme, pour lesquelles la compétitivité a un sens, sont souvent critiquées au niveau macroéconomique, quand on l'applique à un pays ou à un territoire.

Paul Krugman développe l'idée, bien connue dans le commerce international, que les pays ne se font pas concurrence de la même manière que les firmes. Pour Krugman, seule la productivité nationale est un indicateur du niveau de vie d'un pays.

Selon Krugman, on peut toujours augmenter la compétitivité des firmes en dévaluant sa monnaie nationale pour obtenir un avantage concurrentiel par rapport aux autres pays. Cependant, le revenu national exprimé en monnaie internationale diminue alors avec cette dévaluation, ce qui revient à réduire le pouvoir d'achat des ménages. Le pays s'appauvrit alors parce que sa production nationale a moins de valeur.

## 2.2 Les déterminants de la compétitivité :

La recherche des déterminants de la compétitivité reprendra plusieurs problèmes de prix, de qualité, de design, de marketing, de management. Les nouveaux développements de la théorie de la croissance économique<sup>1</sup> et celle de l'organisation industrielle<sup>2</sup> ont permis d'apporter des éléments de réponse aux différentes questions posées et en l'occurrence un éclairage sur les facteurs pouvant affecter la compétitivité. On peut distinguer deux niveaux de déterminants de la compétitivité : Les déterminants de la compétitivité d'une firme et les déterminants de la compétitivité de la nation.

---

<sup>1</sup> GROSSMAN, F. et HELMAN, E, 1990, **Trade, innovation and Growth**. American Economic Review, 80: 86-92.

<sup>2</sup> JACQUEMIN, A., 1987, **The new industrial organization**. The MIT press, Cambridge, Massachusetts.

### **2.2.1 Les déterminants de la compétitivité d'une firme**

Les problèmes de prix, de qualité, de design, de marketing, de management et les facteurs essentiels qui incluant la structure d'une firme, les ressources humaines d'une firme et sa culture sont considérées comme des principaux déterminants pour mesurer la compétitivité globale d'une firme. L'analyse des forces et des faiblesses d'une firme va être alors considérée comme un moyen qui permet d'analyser les comportements des firmes qui sont les meilleurs dans son secteur ou dans d'autres secteurs et de copier leurs meilleures pratiques.

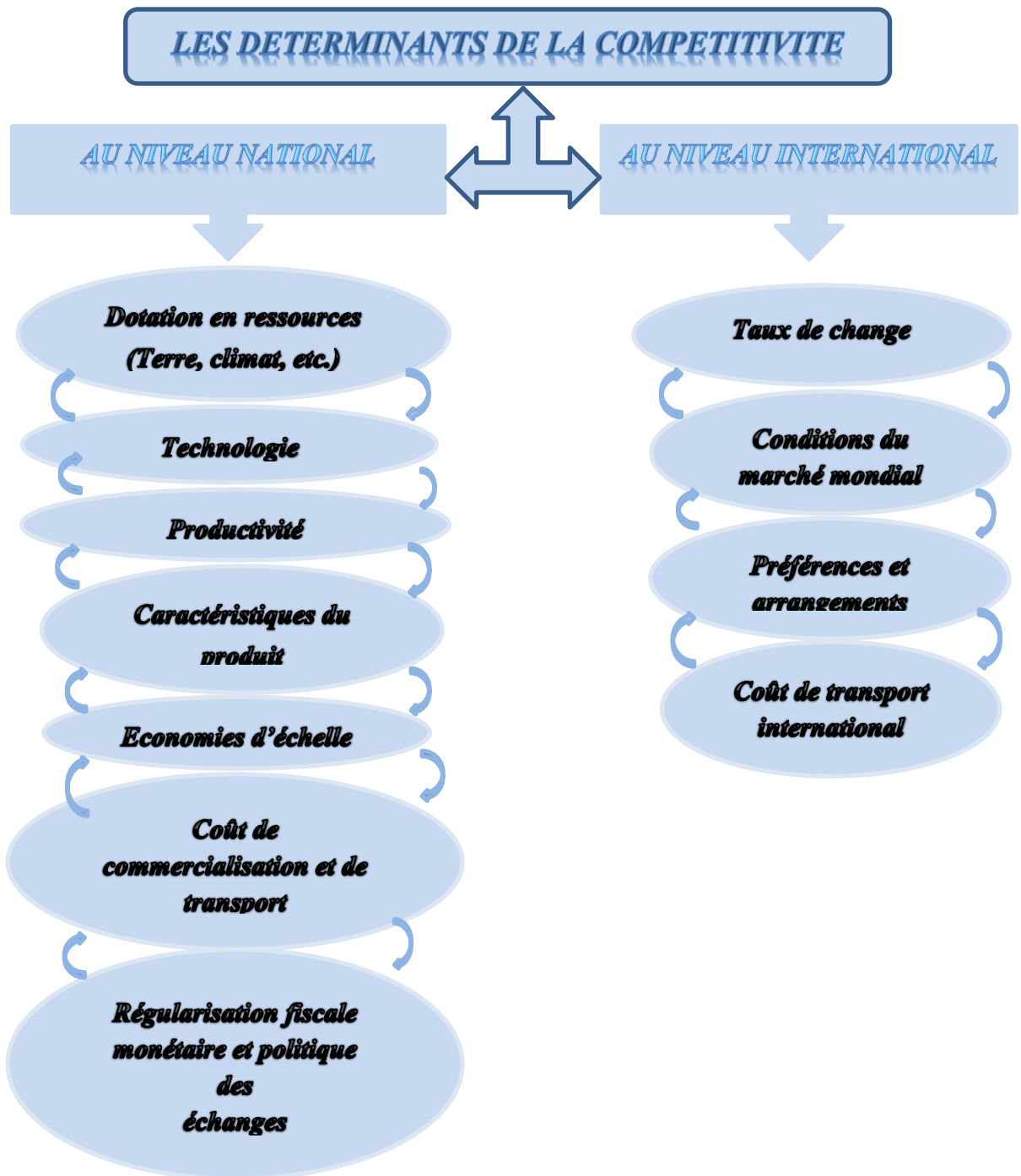
L'examen des facteurs clés de réussite s'appuie donc sur l'étude des avantages concurrentiels ou compétitifs (avantages de coûts, de différenciation ou de technologie) et sur les cinq forces de Porter (la concurrence à l'intérieur du secteur, les entrants potentiels, les produits substituables, les fournisseurs et les clients). Ces facteurs mettent la compétitivité d'une firme dans une stratégie globale au sein du secteur vis-à-vis des concurrents et de ses relations amont et aval.

### **2.2.2 les déterminants de la compétitivité de la nation :**

La compétitivité de la nation est le résultat d'un ensemble de facteurs tant nationaux qu'internationaux. A l'échelle national, les dotations en ressources, la technologie, la productivité, les caractéristiques du produit, la régulation fiscale et monétaire et enfin la politique des échanges semblent être les plus importants qui conditionnent la compétitivité d'une industrie et/ou d'une firme. Sur le plan international, le taux de change, les conditions du marché mondial, les préférences et les arrangements et enfin le Coût de transport international sont Parmi les plus importants.

La figure ci-après propose un cadre conceptuel intégrant les différents déterminants de la compétitivité :

Figure 2-3: Les déterminants de la compétitivité



Source : LACHAAL, L., La compétitivité : Concepts, définitions et applications, Op.cit. P. 31.

➤ **Les déterminants de la compétitivité au niveau national <sup>1</sup>:**

- **Les dotations en ressources :** Les ressources naturelles et les ressources en capital humain sont des facteurs critiques dans la détermination de la compétitivité d'un produit ou d'une firme donnée.
- **La technologie :** la technologie joue un rôle très important dans la détermination de la structure des échanges non seulement des pays développés mais aussi des pays en développement. Le progrès technologique aussi bien que l'efficacité du processus de production impliquent tous les deux une productivité des facteurs plus élevée; et par conséquent conditionnent l'avantage compétitif d'une firme ou d'un secteur donné.
- **La productivité :** Dans la littérature économique la productivité est utilisée comme le meilleur indicateur de compétitivité. Elle consiste à gérer de façon optimale et structurée les facteurs de production d'une firme donnée.
- **Les caractéristiques du produit :** Les caractéristiques d'un produit donné peuvent être très nécessaires dans la détermination de sa position concurrentielle sur le marché. Ainsi, la variété du goût des consommateurs permet aux firmes de construire une stratégie sur des segments bien précis du marché pour faire face à une demande bien spécifique. En effet, la compétitivité hors prix est aussi importante que la compétitivité prix dans la détermination du succès des échanges d'une économie déterminée. La qualité du produit et la spécification, sa commercialisation, ainsi que les dispositions pour sa maintenance peuvent devenir des éléments importants pour évaluer sa compétitivité mis à part son prix.
- **Les économies d'échelle :** l'économie d'échelle est un facteur essentiel dans l'estimation de la compétitivité d'une firme donnée.
- **Coût de commercialisation et de transport :** Il est bien reconnu que le coût de commercialisation et de transport sont des éléments critiques dans la détermination de la compétitivité d'un produit donné.
- **Régularisation fiscale monétaire et politique des échanges :** Les politiques fiscales et monétaires (taxation, taux d'intérêt, contrôle de l'inflation), la politique interventionniste de l'état (subvention de l'état) et celle des échanges

---

<sup>1</sup> LACHAAL, L., **La compétitivité : Concepts, définitions et applications**, Op.cit. P. 31.

commerciaux avec l'extérieur (tarifs, quotas, etc.) ont toutes des influences sur la compétitivité des différents produits d'une industrie donnée.

➤ **Les déterminants de la compétitivité au niveau national :**

- **Le taux de change :** Le taux de change est déterminé par l'offre et la demande relatives d'une monnaie à une autre. Les politiques appliquées par les différents gouvernements à l'échelle internationale influencent le taux de change. Lorsqu'un pays évalue sa monnaie par rapport à celle de son concurrent, la compétitivité de ses produits exportés diminue, parce que pour l'importateur, ces produits sont plus chers dans sa propre monnaie.
- **Le coût de transport international :** Le coût de déplacement des biens au niveau international nécessite des coûts de transport, de l'assurance et du stockage, ces coûts sont considérés parmi les barrières aux échanges, ils diminuent les gains de l'échange<sup>1</sup>. En plus, il existe d'autres barrières comme les barrières tarifaires et non tarifaires, réglementaires et les coûts de l'information.

### **Section 03: Les indicateurs de mesure de la compétitivité**

Il existe plusieurs indicateurs de mesure de la compétitivité sur chaque niveau d'agrégation (au niveau macroéconomique, au niveau d'un secteur, au niveau microéconomique). Ces indicateurs sont des instruments qui donnent des informations qui permettent des comparaisons entre pays, branches d'activités ou firmes.

#### **3.1. Les indicateurs de mesure de la compétitivité au niveau d'une firme**

D'après Mc Fetridge<sup>2</sup>, la mesure de la compétitivité au niveau microéconomique est associée à : la maîtrise des coûts, la valeur ajoutée, la rentabilité, la productivité, la part de marché, la qualité des produits et l'innovation technologique. Comme la représente la figure (4) ci-après :

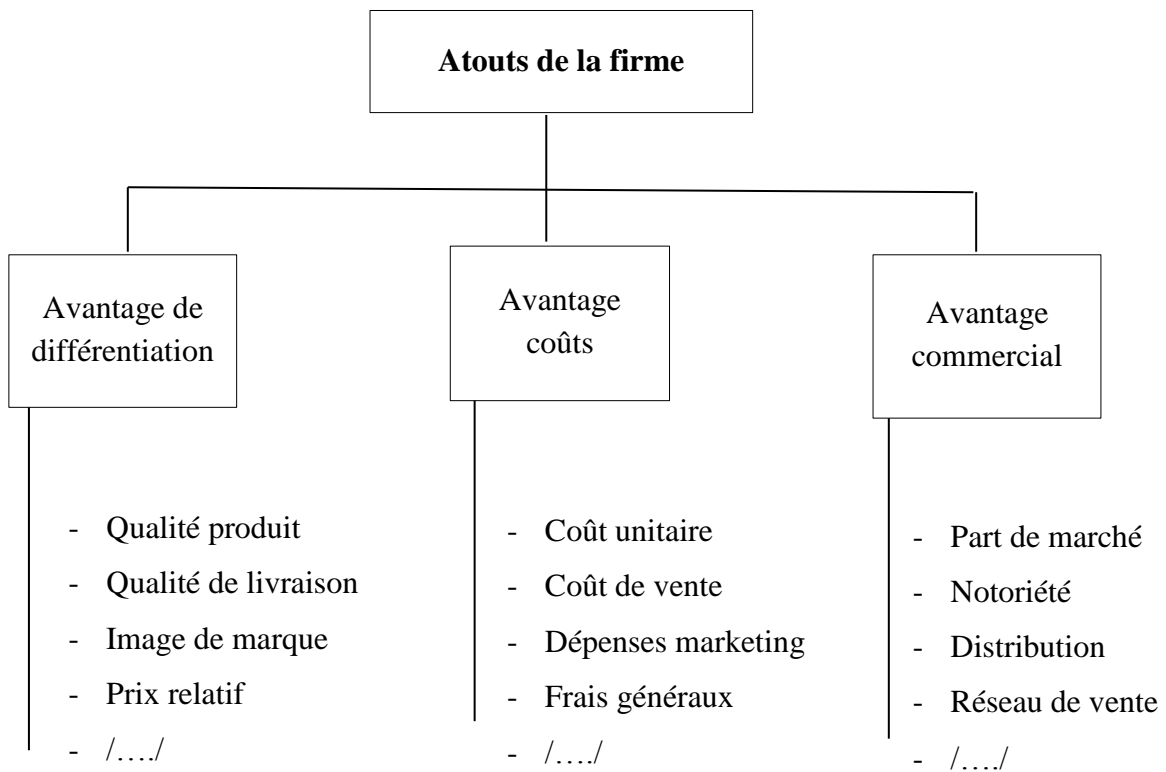
---

<sup>1</sup> GOUEL, C., KOUSNETZOFF, N. & SALMAN, H., 2008. **Commerce international et transports : tendances du passé et prospective 2020**, CEPII. P. 10.

<sup>2</sup> Mc FETRIDGE, 1995, **competitiveness: concept and measures**, occasional paper n° 5, industry Canada, p 19.



Figure 2-4 : Indicateurs de compétitivité au niveau d'une firme



Source : MOERLOOSE, LAMBIN, *l'élaboration de la stratégie marketing*, Edition Dunod, 7<sup>ème</sup> édition, p254.

### 3.1.1. Indicateurs de compétitivité relative au profit :

- **La performance de la firme:** La performance de la firme est le résultat obtenu par le degré de réalisation des objectifs, plus l'efficacité ainsi que l'adaptation de l'organisation à l'état de son environnement concurrentiel. Elle permet d'augmenter sa compétitivité, sa rentabilité et sa capacité à influencer les autres firmes<sup>1</sup>.
- **La flexibilité :** c'est un indicateur de compétitivité qui a pour but de développer des actions susceptibles d'adapter rapidement la firme et son organisation à la demande. Et plus généralement aux changements de l'environnement comme une modification de la demande, initiative d'un concurrent, une nouvelle réglementation, changement de produit (la capacité à passer d'un type de produit à une autre sans perte de temps).

<sup>1</sup> ALAOUI A., 2005, *la compétitivité internationale ; stratégies pour les entreprises françaises*, Edition l'Harmattan, p 36.

- **La productivité :** la productivité est considérée comme le meilleur indicateur de compétitivité dans la littérature économique. La baisse de la productivité permet une baisse de la compétitivité prix d'une firme (coût de travail et aussi coût des inputs); parce qu'une hausse de coût de travail permet d'augmenter le coût de production et donc d'augmenter les prix et ainsi devenir dans une situation concurrentiel critique<sup>1</sup>.
- **L'innovation :** Actuellement, la volonté d'introduire des nouveautés technologique, économique et commerciale et très nécessaires pour renforcer l'avantage concurrentielle d'une firme. L'offre de produits spécifiques implique un contact plus étroit avec la demande et donc induit un critère de compétitivité de type qualité.
- **La rentabilité :** une firme est rentable dans une branche d'activité si son coût de revient moyen est supérieur à celui de ses concurrents. Le coût de revient moyen peut être supérieur parce que la productivité est plus faible, ou les facteurs de production coûtent plus cher à l'entreprise, ou pour ces deux raisons à la fois. La rentabilité, et de manière plus générale, la création de valeur pour l'actionnaire, s'apprécie également par plusieurs indicateurs tels que le taux de rendement d'un portefeuille, la valeur ajoutée économique, la valeur de marché ajoutée<sup>2</sup>.

### 3.1.2. Indicateurs de compétitivité relative à la part de marché:

La part de marché est un indicateur qui mesure la compétitivité de producteurs nationaux (ou étrangers). Selon KOTLER et DUBOIS, pour l'analyse la part de marché d'une firme, on doit d'abord choisir la mesure à privilégier; soit avec la part de marché globale ou la part de marché « servi », ou bien la part de marché relative:

- **la part de marché globale :** c'est le rapport des ventes de la firme sur les ventes totales de la branche d'activité donnée (peut être exprimé en valeur ou en unités).
- **la part de marché « servi » :** c'est le rapport des ventes de la firme sur son marché cible, elle est toujours supérieure à la part de marché globale.
- **la part de marché relative :** c'est le rapport entre les ventes de la firme et le chiffre d'affaire de son concurrent le plus important.

---

<sup>1</sup> Le coût unitaire de la main d'œuvre est un indicateur très important de la compétitivité qui est défini comme la rémunération de du travail pour produire une unité de production réelle.

<sup>2</sup> NARO G., 2003, **Compétitivité rentabilité productivité emploi face à la variété des critères de performance**, revue internationale des relations de travail, p92.

### 3.2. Les indicateurs de mesure de la compétitivité au niveau d'une branche d'activité :

Dans le cadre de la mondialisation, l'analyse des performances internationales d'une branche d'activité est une étape inévitable pour faire le diagnostic de sa compétitivité; de l'aptitude de ses firmes à faire face à des concurrents qui s'appuient sur d'autres cadres nationaux. Il va de même que l'étude des performances d'une branche d'activité au niveau international n'a pas de sens sauf si la branche d'activité montre un degré d'ouverture minimum; ce qui n'est pas toujours le cas de certaines industries<sup>1</sup>.

La compétitivité d'une branche d'activité est évaluée en fonction de la même industrie dans une autre région ou pays. La plupart des indicateurs de la compétitivité qu'il est possible d'établir au niveau d'une firme peuvent être calculés au niveau de la branche d'activité.

#### 3.2.1. Indicateur des coûts et de la productivité :

Pour calculer cet indicateur, on peut faire des comparaisons des coûts et de la productivité. Il s'agit généralement de comparaisons internationales du coût unitaires de main d'œuvre « CUMO » ou de la productivité de la main d'œuvre. Alors, il est faisable d'établir une mesure de la compétitivité du coût de la main d'œuvre pour la branche d'activité *i* dans le pays *j* au cours de la période *t* à l'aide de l'équation suivante:

$$CUMO = W_{ijt} XR_{jt} / (Q / L)_{ijt} \dots\dots\dots (1)$$

Avec :

$W_{ijt}$  le taux du salaire horaire dans la branche d'activité *i* du pays *j*, au cours de la période *t* ;

$XR_{jt}$  : représente le cours du dollar américain dans la devise du pays *j* au cours la période *t* ;

<sup>1</sup> MOATI, P., 2000. **Evaluer les performances d'un secteur d'activité**. CAHIER DE RECHERCHE N° 148. Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Viep. P.39.

$(Q/L)_{ijt}$  : représente la production  $ijt$  horaire dans la branche d'activité  $i$  du pays  $j$  pendant de la période  $t$ .

Il devient alors facile de formuler, au moyen de l'équation suivante, les coûts unitaires de main-d'oeuvre relatifs (CUMOR) de la branche d'activité  $i$  du pays  $j$  relativement au pays  $k$  pendant la période  $t$  :

$$CUMO_{ijkt} = CUMO_{ijt} / CUMO_{ikt} \dots\dots\dots (2)$$

Le CUMO du pays  $j$  peut augmenter par rapport à celui de pays étrangers pour une ou plusieurs raisons suivantes: les taux de salaire  $y$  augmentent plus rapidement qu'à l'étranger; la productivité de la main-d'œuvre  $y$  progresse moins rapidement qu'à l'étranger et la monnaie locale s'apprécie par rapport à celle des autres pays<sup>1</sup>.

### 3.2.2. Indicateur de coût des ressources domestique :

Le coût des ressources domestiques « CRD »<sup>2</sup> est un indicateur de compétitivité qui mesure la manière d'utiliser les ressources nationales d'un pays par rapport aux ressources internationales. Il permet d'identifier les systèmes les moins compétitifs, et cela par la mesure de la compétitivité internationale d'un produit donné.

Le coût des ressources domestiques est interprété comme le coût d'opportunité des ressources domestiques puisqu'il mesure la production et la transformation d'une unité de produit en employant les ressources locales. Cet indicateur permet de connaître si les ressources sont utilisées de manière efficace ou non<sup>3</sup>.

$$CRD = \sum_{j=k+1}^n a_{ij} v_j \div \left( P_i^b - \sum_{i=1}^k a_{ij} P_j^b \right)$$

<sup>1</sup> KHADER, H., 2005, **Indicateurs de la performance du commerce international (en Arabe)**, Arabe Planning Institute. Koweït P. 7.

<sup>2</sup> TOWER. E., 1992, Domestic Ressource Cost, journal of International Economic Integration 7 (1), spring 1992, pp 20 – 44, p 21.

<sup>3</sup> BOJNEC . S., 2003, **Three Concepts of Competitiveness Measures for Livestock Production in Central and Eastern Europe**, Agriculturae Conspectus Scientificus, Vol. 68 (2003) No. 3, pp 209-220, p212.

Avec :

$a_{ij}$  ( $j = k + 1$  à  $n$ ) : est le coefficient technique pour les ressources nationales primaires (terre, travail et capital) et les intrants intermédiaires non échangeables ;

$V_j$  : est le prix fictif des ressources nationales primaires et les intrants non échangeables. Le dénominateur de la RDC représente la valeur ajoutée de la production  $i$  à des prix économiques où  $a_{ij}$  ( $j = 1$  à  $k$ ) est le coefficient technique (unités des entrées (inputs)  $j$  par unité de sortie (d'output)  $i$ ) pour les intrants échangeables ;

$P_i^b$  : est le prix économique (prix du marché mondial) de la sortie (output)  $i$ ,

$P_j^b$  : est le prix économique de l'entrée (input)  $j$ .

Le taux de change utilisé dans les calculs de coût des ressources domestiques (CRD) est l'indice de référence du coût d'opportunité.

- ✓ Lorsque Le coût des ressources domestiques (CRD) est inférieur à 1, mais supérieur à 0 «  $0 < \text{CRD} < 1$  » : signifie que la branche d'activité a un avantage comparatif. Autrement dit, elle est moins couteuse en ressources domestiques de produire localement qu'importer. Donc, la branche d'activité est dite compétitive qui implique au niveau international ;
- ✓ Le coût des ressources domestiques (CRD) est supérieur à 1 «  $\text{CRD} > 1$  » : signifie que le coût des facteurs domestiques utilisés est supérieur à la valeur créée, mesurée en prix internationaux ; globalement, il y a une perte de richesse. La minimisation du coût des ressources domestiques revient à la maximisation du profit. Donc, un certain produit est compétitif au niveau international ;
- ✓ Lorsque le coût des ressources domestiques est inférieur à 0 «  $\text{CRD} < 0$  » : implique une activité très rentable au niveau international;
- ✓ Si le coût des ressources domestiques est égal à 1 «  $\text{CRD} = 1$  » : traduit un cas d'indifférence, c'est-à-dire qu'il n'y a ni bénéfice, ni perte en produisant localement ou en important le produit considéré.

### 3. 3. Les indicateurs de mesure de la compétitivité au niveau d'un Pays :

D'après Muchielli: « Si un indice composite socio-économique peut être difficile à établir, l'économiste peut tout de même mettre en avant une série d'indicateurs qui pourra

rappeler le fameux carré magique de la croissance économique : faible inflation, faible chômage, équilibre extérieur et croissance du PIB. En fait, ce carré magique peut lui même être décliné en de nombreux indicateurs qui constitueront la recherche des déterminants de ces grands équilibres»<sup>1</sup>.

### 3. 3. 1. La Constant Market Shares Analysis " CMSA "

La « Constant Market Shares Analysis » " CMSA " est une méthode comptable classique pour étudier l'évolution de la part de marché à l'exportation d'un pays. L'intérêt de cette méthode réside surtout dans sa simplicité d'utilisation afin de préciser les déterminants de la variation de la part de marché d'un pays donné. Cette technique est spécialement utile pour séparer et évaluer la contribution des spécialisations commerciales (sectorielle ou géographique) des contributions des autres facteurs.

L'idée sous-jacente à cette méthode est que la structure des exportations d'un pays affecte sa performance globale à l'exportation, et ce malgré la variation d'autres facteurs associés à la compétitivité externe du pays. Pour Magee (1975), même si ce pays arrive à maintenir la part de chaque produit pour chaque pays de destination, il peut toujours enregistrer une diminution de sa part de marché à l'exportation si ces marchés de destination sont moins dynamiques en termes de croissance que la moyenne mondiale.

La méthode de CMSA a été suggérée pour la première fois par Tyszynski (1951) puis développée successivement dans plusieurs travaux de recherche comme le travail de Richardson (1971), Fagerberg et Sollie (1987), Milana (1988 et 2004), Michel (2005) et Michel et Matte (2010).

La méthode de CMSA commence par diviser le niveau de la part du marché d'exportation mondial d'un pays (pays de référence) en deux ou plusieurs éléments ou variables. Ensuite, on tire une expression de la variation totale de cette part de marché d'exportation cumulée sur une période bien précise. Cette expression est appelée décomposition. Toutes les procédures de la CMSA ont également en commun que leur décomposition se compose de deux termes principaux: «effet structurel » et «effet de part de marché» ou «effet de compétitivité».

---

<sup>1</sup> MUCHIELLI, J-L., la compétitivité: définitions, indicateurs et déterminants. Op.cit. P. 1.

Pour l'application empirique de la CMSA dans la partie pratique de notre travail de recherche, nous avons adopté la méthode développée dans le travail de recherche de Michel (2005)<sup>1</sup> et Michel et Matte (2010)<sup>2</sup>. Cette méthode divise la variation de la part de marché d'un pays en quatre effets cités ci-après (effet compétitivité et trois effets structurels) entre la période 0 et T année, en tenant les années, année par année et de sommer les effets:

- ❖ **Effet de compétitivité** : mesure les gains ou pertes de parts de marché d'un pays hors évolution dans la structure du commerce mondial;
- ❖ **Effet produit** : mesure les gains ou pertes de parts de marché d'un pays dus à l'évolution de la structure produit du commerce mondial;
- ❖ **Effet marché géographique** : mesure les gains ou pertes de parts de marché d'un pays dues à l'évolution de la structure géographique du commerce mondial;
- ❖ **Effet combiné produit - marché géographique** : mesure les gains ou pertes de parts de marché d'un pays dus à l'amélioration ou la détérioration du placement des produits sur les marchés géographiques.

On considère que le monde est constitué d'un certain nombre de marchés ou de pays de destination qui sont représentés par l'indice J. Ce groupe de marchés ne devrait pas inclure le pays de référence étant donné que le marché d'exportation pertinent pour le pays de référence ne peut pas inclure le pays de référence lui-même.

$$S_{ij}^t = \frac{q_{ij}^t}{Q_{ij}^t}$$

$S_{ij}^t$  : représente la Part de marché à l'exportation du pays de référence pour le produit i sur le marché j.

Où :

i : désigne les catégories de produits;

---

<sup>1</sup> MICHEL, B., 2005, **Trends in export market shares between 1991 and 2001**, Working Paper 7-05, Bureau fédéral du Plan, Bruxelles.

<sup>2</sup> MICHEL, B. ET MATTE, B. 2010, **La part de marché à l'exportation de la Belgique 1993-2008 changements structurels et compétitivité**, Working Paper 6-10, Bureau fédéral du Plan Bruxelles.

$j$  : désigne les marchés géographiques;

$t$  : les périodes de 0 à T;

$q_{ij}^t$  : représente les exportations du pays de référence de produit  $i$  vers le marché  $j$ ;

$Q_{ij}^t$  : représente les exportations mondiales de produit  $i$  vers le marché  $j$  (ou les importations de marché  $j$  de produit  $i$ ).

$$s^t = \sum_i \sum_j q_{ij}^t \div \sum_i \sum_j Q_{ij}^t$$

$s^t$  : Représente la part de marché à l'exportation du pays de référence pour tous les produits et tous les marchés géographiques confondus<sup>1</sup>.

Où :

$$\sum_i \sum_j q_{ij}^t : \text{Indique Les exportations du pays de référence (tous les produits, tous les$$

marchés).

$$\sum_i \sum_j Q_{ij}^t : \text{Indique les exportations mondiales (tous les produits, tous les marchés).}$$

$$a_{ij}^t = Q_{ij}^t \div \sum_i \sum_j Q_{ij}^t$$

$a_{ij}^t$  : Représente le part des importations du produit  $i$  vers le marché  $j$  dans le total des importations mondiales.

$$a_i^t = \sum_j Q_{ij}^t \div \sum_i \sum_j Q_{ij}^t$$

Représente la Part de produit  $i$  dans le total des importations mondiales (ou la part des exportations mondiales de produit  $i$  dans le total des exportations mondiales).

<sup>1</sup> Michel, B., 2005, **Trends in export market shares between 1991 and 2001**, Op.cit, P.7.



Où :

$\sum_i Q_{ij}^t$  : Exportations mondiales de produits i (vers tous les marchés).

$$a_j^t = \sum_i Q_{ij}^t \div \sum_i \sum_j Q_{ij}^t$$

$a_j^t$  : Représente la part du marché géographique j dans le total des importations mondiales (ou la part des exportations mondiales de marché j dans le total des exportations mondiales).

Où :

$\sum_j Q_{ij}^t$  : Exportations mondiales vers le marché j (tous les produits).

$$b_{ij}^t = Q_{ij}^t \sum_i \sum_j Q_{ij}^t \div \sum_i Q_{ij}^t \sum_j Q_{ij}^t$$

$b_{ij}^t$  : La composante spécifique produit- marché<sup>1</sup>.

**Le ratio  $b_{ij}^t$  est supérieur à 1** : si la part du produit i dans les importations du marché j est supérieure à la part du même produit i dans les importations mondiales, c'est-à-dire si le produit i est relativement plus important sur le marché j comparé au marché mondial.

**Le ratio  $b_{ij}^t$  est inférieur à 1** : si la part du produit i dans les importations totales du marché j est inférieure à la part du même produit i dans le total des importations mondiales, c'est-à-dire si le produit i est relativement moins important en tant que produit d'importation pour le marché j que pour le monde dans son ensemble.

Selon la formule de décomposition de travail de recherche de Michel et Matte (2010) et compte tenu de ces définitions citées plus haut, La variation totale de la part du marché mondial d'exportation du pays de référence entre les périodes 0 et T (période initiale et fin) est divisée en

---

<sup>1</sup> Michel, B., 2005, **Trends in export market shares between 1991 and 2001**, Op.cit, P.8.

quatre termes (1) à (4) dont chacun contient une composante mesurant la variation d'une des variables utilisées, qui peuvent être écrites comme<sup>1</sup>:

$$\Delta s = s^T - s^0$$

$$\Delta s = \frac{1}{2} \sum_i \sum_j (a_{ij}^0 + a_{ij}^T) \Delta s_{ij} \quad \dots (1)$$

$$+ \frac{1}{8} \sum_i \sum_j (s_{ij}^0 + s_{ij}^T) (b_{ij}^0 + b_{ij}^T) (a_i^0 + a_i^T) \Delta a_j \quad \dots (2)$$

$$+ \frac{1}{8} \sum_i \sum_j (s_{ij}^0 + s_{ij}^T) (b_{ij}^0 + b_{ij}^T) (a_j^0 + a_j^T) \Delta a_i \quad \dots (3)$$

$$+ \frac{1}{4} \sum_i \sum_j (s_{ij}^0 + s_{ij}^T) (c_{ij}^0 + c_{ij}^T) \Delta b_{ij} \quad \dots (4)$$

Où :

- Le premier terme (1) représente l'effet de compétitivité;
- Le deuxième terme (2) représente l'effet de marché géographique;
- Le troisième terme (3) représente l'effet de produit;
- Le quatrième terme (4) représente l'effet combiné produit - marché géographique.

$c_{ij}^t$  : est égal à  $a_i^t * a_j^t$ ,

Pour mieux tenir compte des évolutions pendant les années intermédiaires, Michel et Matte (2010) ont décidé d'appliquer une décomposition année par année et de sommer les effets. Cette décomposition peut s'écrire comme suit<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> Michel, B. et Matte, B. 2010, **La part de marché à l'exportation de la Belgique 1993-2008 changements structurels et compétitivité**, Op.cit, P.10.

<sup>2</sup> Ibid.

$$\Delta s = (s^T - s^{T-1}) + (s^{T-1} - s^{T-2}) + \dots + (s^{t+1} - s^t) + \dots + (s^1 - s^0)$$

$$\Delta s = 1/2 \sum_{t=0}^{T-1} \sum_i \sum_j (a_{ij}^t + a_{ij}^{t+1}) \Delta^{t+1} s_{ij} \quad \dots (5)$$

$$+ 1/8 \sum_{t=0}^{T-1} \sum_i \sum_j (s_{ij}^t + s_{ij}^{t+1})(b_{ij}^t + b_{ij}^{t+1})(a_i^t + a_i^{t+1}) \Delta^{t+1} a_j \quad \dots (6)$$

$$+ 1/8 \sum_{t=0}^{T-1} \sum_i \sum_j (s_{ij}^t + s_{ij}^{t+1})(b_{ij}^t + b_{ij}^{t+1})(a_j^t + a_j^{t+1}) \Delta^{t+1} a_i \quad \dots (7)$$

$$+ 1/4 \sum_{t=0}^{T-1} \sum_i \sum_j (s_{ij}^t + s_{ij}^{t+1})(c_{ij}^t + c_{ij}^{t+1}) \Delta^{t+1} b_{ij} \quad \dots (8)$$

Les termes (5) – (8) sont les sommes année par année des termes (1) – (4) cité plus haut :

- Le terme (5) représente l'effet de compétitivité;
- Le terme (6) représente l'effet de marché géographique;
- Le terme (7) représente l'effet de produit;
- Le terme (8) représente l'effet combiné produit - marché géographique.

Où :

$\Delta^{t+1}$  représente la différence entre la période t+1 et t.

### 3.3.2. L'Avantage Comparatif Révélé (ACR)

L'indice d'Avantage Comparatif Révélé (ACR) est basé sur les résultats relatifs à l'exportation de Balassa (1965) pour un secteur (ou produit) donné et pour un pays, qui stipule que les échanges internationaux des biens représentent les écarts de coûts entre les nations et

montrent par conséquent les avantages comparatifs de ces nations<sup>2</sup>. Il y a plusieurs méthodes pour calculer l'indice d'avantage comparatif révélé, La méthode la plus utilisées dans les études empiriques consiste à comparer la structure d'exportation de chaque pays à celle d'une zone de référence (le monde par exemple). L'ACR est calculé comme suit :

$$RCA_{ij} = \left( X_{ij} / X_{wj} \right) / \left( X_i / X_w \right)$$

Ou :

$X_{ij}$  : représente les exportations du pays i dans le secteur j,

$X_{wj}$  : désigne les exportations mondiales du secteur j,

$X_i$  : représente les exportations totales du pays i

$X_w$  : désigne les exportations totales du monde.

Une valeur supérieure à 1 pour un pays donné déterminerait un avantage comparatif de ce pays sur le commerce du bien en question. Ceci montre que la part des exportations de ce bien dans les exportations totales du pays examiné est supérieure à la moyenne mondiale.

### 3.3.3. Indice des exportations nettes de Balassa et Bauwen, (NX)

L'indice des exportations nettes peut prendre des valeurs négatives ou positives et par conséquent ne peut être directement comparé à l'indice de l'avantage comparatif révélé.

$$NX_{ij} = 100 (X_{ij} - M_{ij}) / Y_{ij}$$

Avec :

-  $NX_{ij}$  : exportations nettes de l'industrie i pour le pays j ;

-  $X_{ij}$  = valeur des exportations de l'industrie i pour le pays j ;

-  $M_{ij}$  = valeur des importations de l'industrie i pour le pays j ;

---

<sup>2</sup> BELHAJ HASSINE, N., 2006. **Compétitivité, avantages comparatifs et qualité : une application sur l'agriculture méditerranéenne**. P. 8.

-  $Y_{ij}$  = valeur de la production de l'industrie  $i$  pour le pays  $j$ .

Bien qu'ils mettent en évidence le concept de la compétitivité, ces indices ne traitent jamais la question des firmes multinationales bien que la production de leurs filiales à l'étranger puisse être 3 à 4 fois plus élevée que celle dans leur pays mère<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> LACHAAL, L., **la compétitivité : Concepts, définitions et applications**. Op.cit. P. 33

## **Conclusion:**

Dans ce chapitre, nous avons essayé d'étudier les différents rapports internationaux de compétitivité. La complexité de l'environnement au cours de ces dernières années vient du fait qu'il est en évolution rapide et instable, de ce fait, la maîtrise de l'intelligence compétitive est le facteur stratégique qui puisse mettre en synergie tous les autres facteurs. Notamment à travers la mise en place d'un dispositif de veille institutionnel qui devrait permettre à chaque institution de saisir les signaux faibles des changements qui s'opèrent dans l'environnement économique, normatif, scientifique, technique, concurrentiel, sociétal et culturel.

Au niveau de l'entreprise, la compétitivité devient une question vitale afin de se maintenir dans un environnement caractérisé par une forte croissance et un marché imprévisible. La compétitivité de l'entreprise est influencée par la compétitivité de l'industrie et de la nation. Les indicateurs de compétitivité permettent aux économistes de déterminer les meilleures politiques économiques. Cependant, ces indicateurs ont fait l'objet de nombreuses critiques en raison de leur manque de fiabilité. Ils peuvent varier de façon importante dans le temps, mais le plus important c'est qu'ils restent toujours très importants et que tous les pays prennent en considération les comparaisons publiées chaque année.

## **Chapitre 03 :**

# **Une vue d'ensemble sur la tendance du commerce mondial et l'économie algérienne**

## Introduction

À partir de 1980, les relations économiques internationales ont connu des grands changements géopolitiques et géostratégiques à l'échelle mondiale. Cette nouvelle ère avait un impact direct sur l'économie mondiale notamment sur le commerce international. Ce qui nécessite inévitablement la compétitivité de l'économie des pays dont l'Algérie et ce avec l'orientation maximum de la production nationale vers les marchés internationaux. Mais Depuis l'indépendance de l'Algérie, son économie est déterminée par l'importance des hydrocarbures, notamment en tant que principale source de revenus d'exportation bien que l'Etat algérien s'est engagé dans un processus de restructuration de son économie, et ce afin d'assurer un passage d'une économie dirigiste et hyper centralisée à une économie de marché dès 1988.

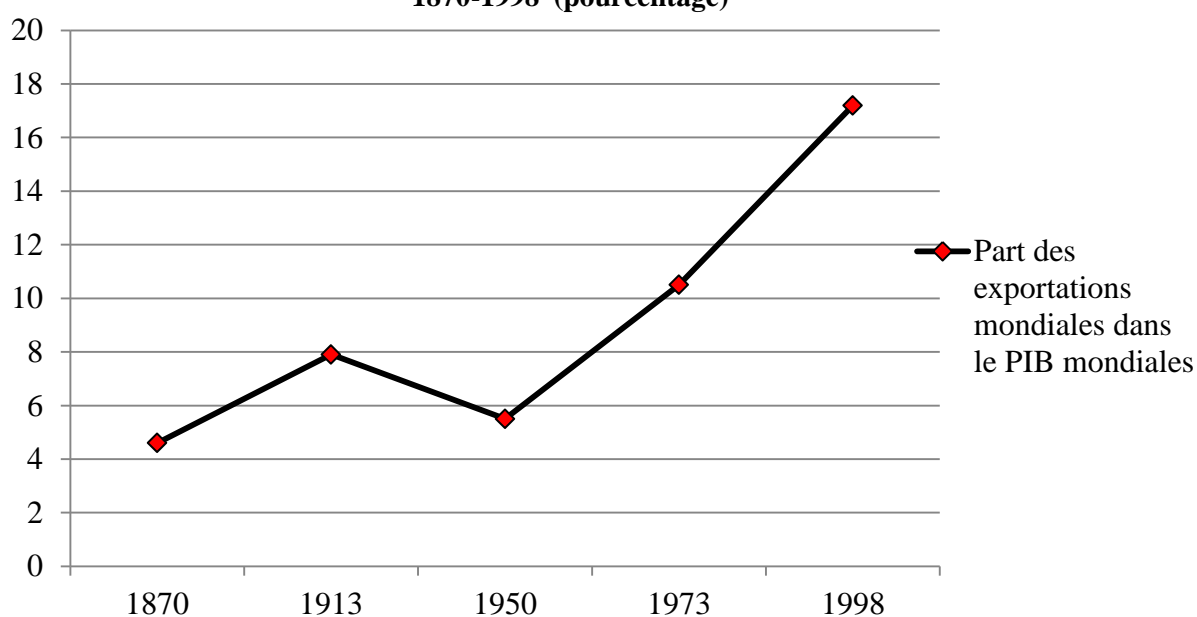
Ce chapitre est composé de trois sections. La première sera consacrée à la présentation de la tendance de commerce mondial. La seconde section portera sur un aperçu sur l'historique de l'économie algérienne et la troisième section présentera les essentiels contraintes et enjeux pour l'économie algérienne.



## Section 01 : Un aperçu sur la tendance du commerce mondial.

Depuis de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle et jusqu'à la Première Guerre mondiale, les échanges internationaux se sont accélérés. Cette période s'apparente à une « première mondialisation »; suivi par une deuxième mondialisation et c'après la Seconde Guerre mondiale. Cette nouvelle période a été marquée par une accélération des échanges. Ensuite, pendant les deux dernières décennies, une troisième mondialisation a été enregistrée par une progression de façon spectaculaire du commerce mondial, passant de quelque 5 000 milliards de dollars des États-Unis en 1994 à près de 24 000 milliards en 2014<sup>1</sup>; et ce grâce, notamment, à la réduction des coûts commerciaux, y compris des obstacles tarifaires<sup>2</sup>. A cette effet, la part des exportations mondiales dans le produit intérieure brute mondiale a régulièrement augmenté durant la période 1870 – 1998 (graphique 3-1).

**Graphique N° 3-1:Part des exportations mondiales dans le PIB mondial, 1870-1998 (pourcentage)**



**Source :** OMC, 2013, **Facteurs déterminant l'avenir du commerce mondial**, Rapport sur le commerce mondial 2013, p49.

<sup>1</sup> CNUCED Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement 2015, **L'évolution du système commercial international et ses tendances dans une optique de développement**, Conseil du commerce et du développement, Soixante-deuxième session Genève, 14-25 septembre 2015, p 2.

<sup>2</sup> Les extraordinaires progrès technologiques qu'elle a suscités dans les moyens de transports et les communications, du navire à vapeur, du chemin de fer, et du télégraphe jusqu'à l'automobile, l'avion et Internet, ont peu à peu réduit le coût de la circulation des marchandises, des technologies, des capitaux, et des personnes à travers le monde.

## 1.1 L'internationalisation des échanges et la première phase de mondialisation

À partir de 1830 et jusqu'à 1914 le volume des échanges mondiaux a été multiplié par 20. Le commerce mondial des marchandises représentait 3 % de la production en 1800 et plus de 30 % en 1913<sup>1</sup>. Durant cette période, le commerce international a connu une croissance rapide après 1820 grâce à la baisse du coût des transports et des communications. Le coût des transports terrestres a baissé de plus de 90 % entre 1800 et 1910 et celui des transports transatlantiques d'environ 60 % en 30 ans à peine, entre 1870 et 1900. À cette époque, les exportations mondiales ont augmenté de 3,4 % par an en moyenne, chiffre sensiblement supérieur à l'augmentation annuelle du PIB mondial, qui était de 2,1 %. De ce fait, la part du commerce dans la production (c'est-à-dire l'ouverture) a régulièrement augmenté pour atteindre un sommet, juste avant la Première Guerre mondiale, niveau qui n'a pas été dépassé avant les années 1960<sup>2</sup>.

La forte expansion du commerce international au XIX<sup>e</sup> siècle a également été facilitée par l'avènement des théories du commerce international. Adam Smith (*La richesse des nations*, 1776) et David Ricardo (*Traité sur l'impôt*, 1817) ont développé dans un cadre rigoureux une théorie du commerce international démontrant les vertus de la spécialisation internationale par les gains mutuels qu'elle apporte aux partenaires commerciaux. Grâce à ces thèses, la Grande-Bretagne a joué un rôle moteur dans la mise en place du libre-échange et a baissé significativement ses droits de douane. Le taux moyen des droits de douane est de l'ordre de 60 % dans les années 1820 en Grande-Bretagne, en 1850, ils ne sont plus que de 5 % sur les matières premières, de 12 % sur les produits intermédiaires et de 20 % sur les produits finis. De 1850 à 1880, les barrières douanières se sont maintenues à leur niveau de 1850<sup>3</sup>. En revanche, la fin du XIX<sup>e</sup> siècle est marquée par le retour du protectionnisme, du fait des guerres et des difficultés économiques. La guerre franco-allemande de 1870 et la grande dépression de 1873 à 1896 ont engendré un fort ralentissement des échanges.

Le développement des échanges durant le XIX<sup>e</sup> siècle a permis aux pays de se spécialiser dans les produits pour lesquels ils étaient les plus efficaces, ce qui a renforcé et accéléré la

---

<sup>1</sup> Lemoine M., Madiès P. & Madiès T., 2016, **Les grandes questions d'économie et de finance internationales** Décoder l'actualité, De Boeck Supérieur s.a., 2016, Paris, 3e édition, p 28.

<sup>2</sup> OMC, 2013, **Facteurs déterminant l'avenir du commerce mondial**, Op.cit., p49.

<sup>3</sup> Lemoine M., Madiès P. & Madiès T., 2016, Op.cit., P 19. p 29

division internationale du travail bien que le commerce ait aussi contribué à la diffusion des technologies et des produits nouveaux. Ainsi à la réduction du handicap des pays dotés de ressources naturelles limitées. L'industrialisation et le développement ont progressé de manière inégale, la Grande-Bretagne prenant d'emblée la tête, suivie par l'Europe de l'Ouest, l'Amérique du Nord et, beaucoup plus tard, le Japon. Aussi, malgré l'approfondissement de l'intégration économique mondiale au XIX<sup>e</sup> siècle, l'écart de revenu s'est creusé entre les pays du Nord en voie d'industrialisation rapide et les pays du Sud, fournisseurs de matières premières<sup>1</sup>. La baisse spectaculaire des coûts de transport a entraîné, non seulement l'augmentation des échanges commerciaux, mais aussi leur diversification.

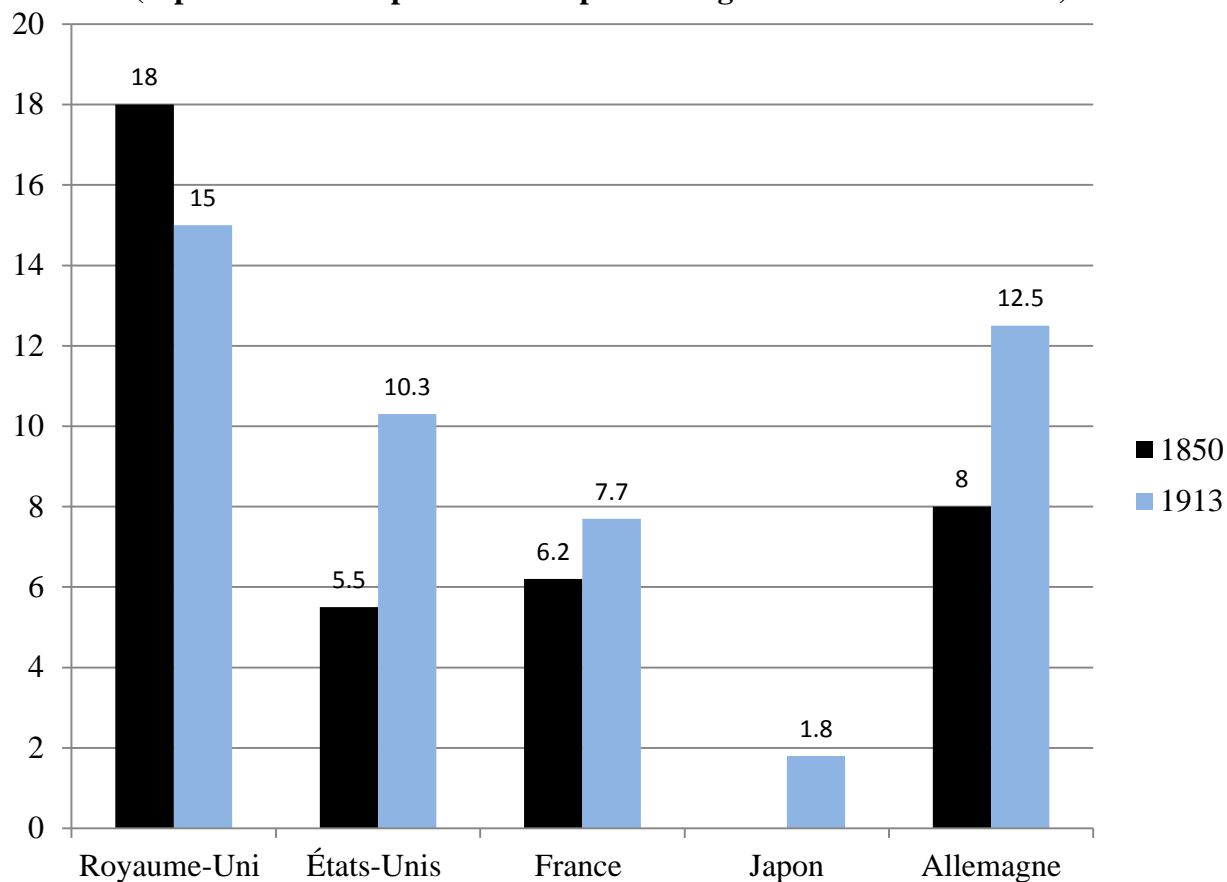
Les flux des échanges existent majoritairement entre les pays dont le niveau de développement est proche, ils s'échangent des biens similaires. Les échanges internationaux ne sont pas donc la simple résultante d'une indisponibilité de certains biens qui doivent être importés, mais bien le moyen de bénéficier d'avantages comparatifs ou relatifs.

La fin de XIX<sup>e</sup> siècle marque une baisse de la part des échanges internationaux de l'Europe, qui revient à moins de 65 % et celle de l'Europe occidentale à 50 %. Durant la même période la Grande-Bretagne marque aussi déclin dans le commerce international: sa part passe de 19 % en 1850 à 15 % en 1913, comme le montre le graphique ci-dessous. La domination de la Grande-Bretagne (15 % du commerce mondial en 1913) est finalement remise en cause au début du XX<sup>e</sup> siècle, avec l'apparition, ou du moins la montée en puissance, de certains pays échangistes tels que le Japon (1,8 % en 1913) et surtout les États-Unis (10,3 % en 1913). Les échanges de la Grande-Bretagne avec l'Asie, le développement du Japon, les investissements étrangers en Chine et le raccourcissement rapide des distances entre l'Asie et l'Europe ont conduit l'Asie à jouer un rôle important.

---

<sup>1</sup> OMC, 2013, **Facteurs déterminant l'avenir du commerce mondial**, Op.cit., p 49.

**Graphique N° 3-2: Poids des grandes puissances dans le commerce mondial 1850-1913**  
(exportations et importations en pourcentage du commerce mondial)



Source : Lemoine M., Madiès P. & Madiès T., 2016, **Les grandes questions d'économie et de finance internationales** Décoder l'actualité, Op.cit., p 30.

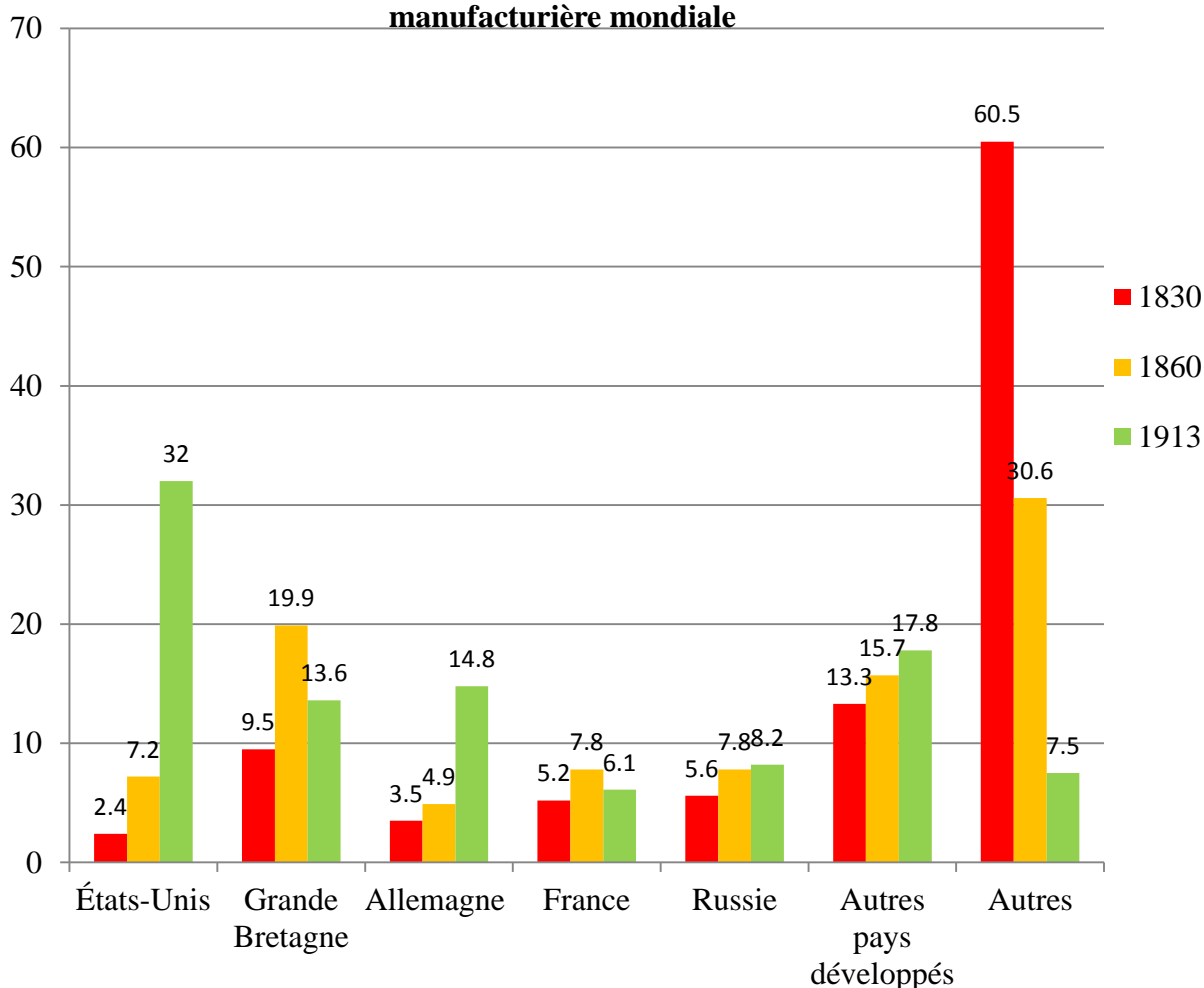
En 1870, les investissements étrangers se développent, ils représentent presque 40 % des investissements de capitaux internationaux à long terme. À la veille de la Première Guerre mondiale, la Grande-Bretagne, les États-Unis, la France et l'Allemagne réalisent 90 % des investissements directs mondiaux. La Grande-Bretagne, qui dispose encore d'un leadership commercial et financier, domine largement ce mouvement en réalisant, à elle seule, près de la moitié des investissements.

Cette période se caractérise également par une différenciation de la répartition de l'investissement direct étranger par pays d'accueil et celle par pays d'origine. Les pays en développement y jouent un rôle important : ils représentent 64 % de ce stock en 1914 et 66 % en 1938. L'Amérique latine puis l'Asie sont les deux premières zones d'accueil, la Chine et la Russie dépassant l'Europe de l'Ouest. En termes sectoriel, en 1914, 55 % du stock des IDE se

trouvaient dans le secteur primaire, 20 % dans les chemins de fer, 15 % dans les produits manufacturés. Et seulement 10 % dans les services, la distribution et les banques.

Concernant les pays industrialisés, l'accès à des matières premières peu coûteuses et à de vastes marchés pour leurs produits manufactures, leur permettait de produire à un rythme beaucoup plus rapide que le reste du monde, beaucoup plus sur le plan économique que sur le plan technologique. En 1860, les trois premiers pays industriels assuraient plus du tiers de la production mondiale totale ; en 1913, leur part était d'un peu moins des deux tiers (d'un total beaucoup plus élevé) Comme nous le remarquerons à travers le graphique (3-3).

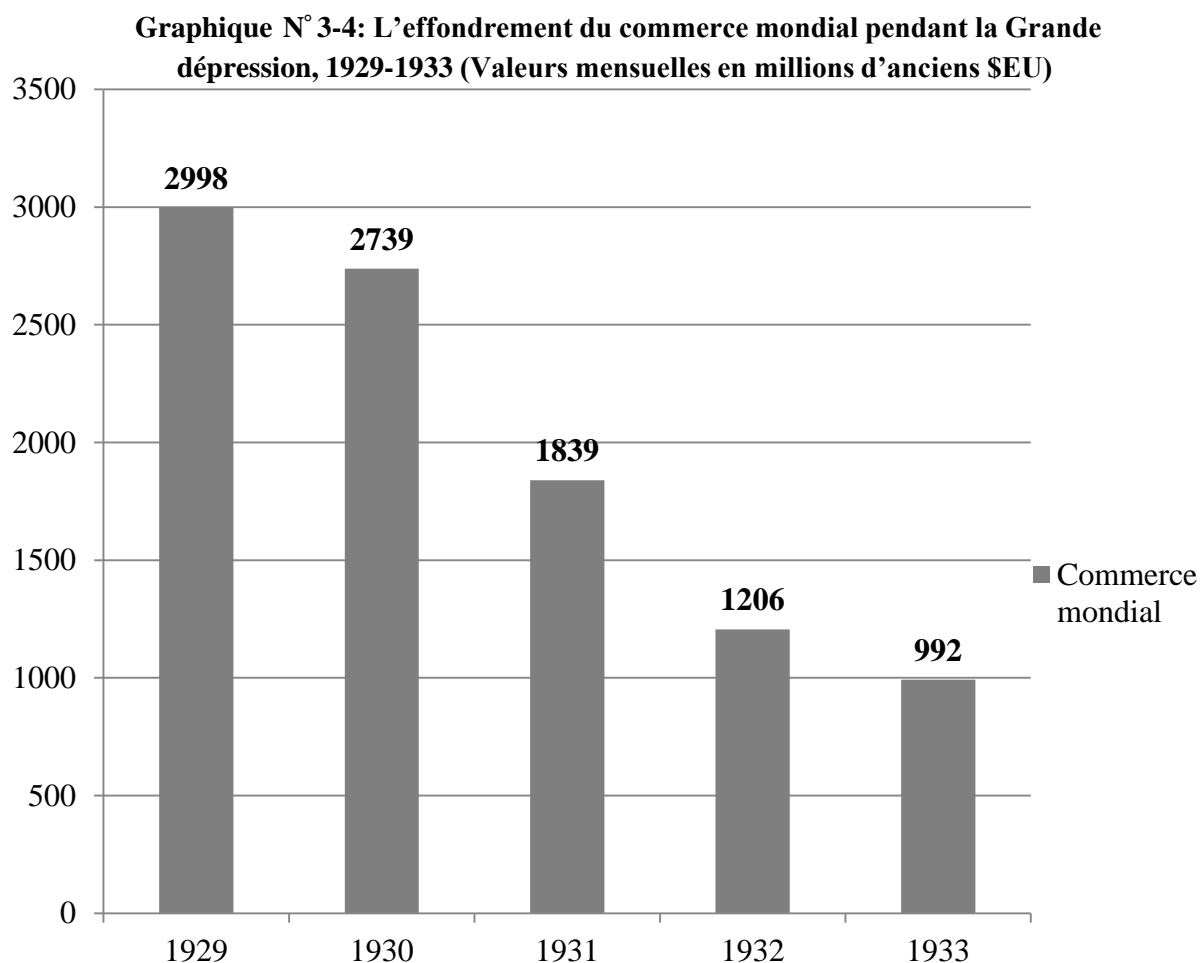
**Graphique N° 3-3: Répartition en pourcentage de la production manufacturière mondiale**



Source : OMC, 2013, **Facteurs déterminant l'avenir du commerce mondial**, Op.cit., p 52.

Comme nous le montre la figure (3-3) même à la fin du XIXe siècle, le centre de l'industrie mondiale se composait d'un tout petit groupe de pays. La Grande-Bretagne était la puissance économique incontestée au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, mais en 1913, les Etats-Unis et l'Allemagne assuraient une part plus importante de la production mondiale.

Le commerce internationale a été totalement désorganisé, l'étalon-or s'est effondré, les contrôles et les restrictions économiques se sont généralisés; et l'Europe, jusque-là au centre de l'économie mondiale, s'est retrouvée dévastée et sans force à cause de l'éclatement de la première Guerre mondiale en 1914. L'instabilité et le désordre économiques qui ont enregistré l'entre-deux-guerres étaient dus à l'échec des tentatives de reconstruction de l'économie mondialisée du XIXe siècle.



Source : OMC, 2013, **Facteurs déterminant l'avenir du commerce mondial**, Op.cit., p54.

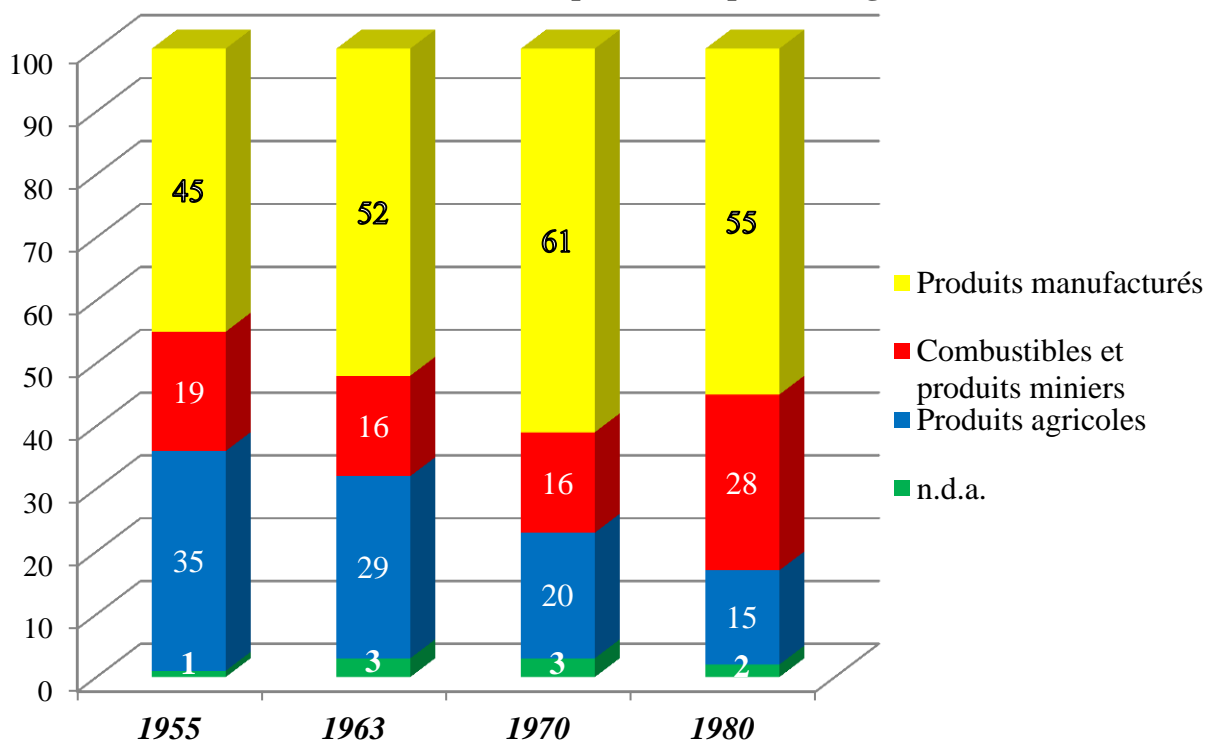
Parmi les effets de ces guerres, Comme le montre la figure plus haut, le commerce international s'est effondré, perdant les deux tiers de sa valeur entre 1929 et 1934. L'une des effets les plus importantes de la guerre a été qu'elle a modifié la perception du rôle de l'Etat dans l'économie. La mobilisation des pays pour la guerre totale avait exigé une intervention sans précédent de l'Etat dans l'économie.

Après les deux Guerres mondiales, de fortes pressions politiques se sont exercées, par de nombreux pays, afin de continuer à gérer l'économie pour promouvoir le plein emploi, la reconstruction et la justice sociale, mais ces pressions en faveur d'un nationalisme économique se sont souvent heurtées aux pressions en faveur d'une coopération économique internationale.

## 1.2 le progrès technologique et la deuxième phase de mondialisation

Dans les années 1950 et jusqu'à les années 1980, les taux de croissance du commerce international sont impressionnants : approximativement 7 % par an entre 1949 et 1960, 10 % par an entre 1960 et 1973. En moyenne, la croissance du commerce international dépasse de 4 points celle de la production industrielle (de l'ordre de 6 %) sur la période 1949-1973. Les États-Unis et l'Europe réalisent encore une part importante du commerce mondial. Cette période est considérée comme l'âge d'or de la croissance mondiale et du commerce international. Jamais la croissance n'avait connu une telle dynamique<sup>1</sup>.

**Graphique N° 3-5: Répartition des produits des exportations mondiales de marchandises depuis 1955 (pourcentage)**



Source : OMC, 2013, **Facteurs déterminant l'avenir du commerce mondial**, Op.cit., p56.

<sup>1</sup> LEMOINE M., MADIES P. & MADIES T., 2016, **Les grandes questions d'économie et de finance internationales Décoder l'actualité**, Op.cit., p 34.

La composition des échanges avait peu changé par rapport aux années précédentes, l'échange de matières premières et de produits agricoles contre des produits manufacturés restent prédominant, depuis 1945, le commerce est caractérisé principalement par l'échange international de produits manufacturés (représentant 19 % des exportations mondiales de marchandises en 1955 et 61 % en 1970), tandis que la part relative de l'agriculture dans le commerce mondial a peu à peu diminué comme le montre le graphique n° 3-5.

Le choc pétrolier de 1973 est un coup dur pour la croissance mondiale, en trois mois, d'octobre à décembre 1973 (où le prix du pétrole passe de 2 à 14\$) entraîne une ponction de revenu de 2 à 3% du PIB des pays industrialisés pour payer les importations de pétrole, et casse la croissance économique, il ralentit aussi la croissance des échanges. Le commerce international est donc à la fois cause (via le pétrole) et conséquence de la récession. Effet automatique de la flambée des cours du pétrole : la part des pays exportateurs de pétrole dans les exportations totales des pays en développement est passée de 29% en 1963 à 55% en 1980.

Les difficultés des années 1970 sont augmentées en Occident par la montée de la concurrence mondiale, liée à l'émergence des nouveaux pays industrialisés (NPI) et au déclin des vieilles industries. Cela pousse un renouveau du protectionnisme, principalement sous la forme de barrières non tarifaires (quotas de voitures ou d'acier, mesures anti dumping). Ce phénomène a ralenti la relance du commerce international dans les années 1980.

Par ailleurs, les années 1960 et 1978, sont celles de la forte croissance des investissements internationaux, le montant du stock d'investissements internationaux au niveau mondial est passé de 70 milliards à 380 milliards, soit une multiplication par 6.

Des changements importants ont lieu au niveau des pays d'accueil dans la mesure où les pays en voie de développement ne constituent plus la destination principale des IDE, comme au début du siècle. Ils ne représentent plus qu'environ 30 % du stock mondial des investissements directs étrangers, durant la période 1960-1971, alors que les pays développés en représentent, désormais, les deux tiers.

En plus, cette période marquée par la fragmentation des processus de production qui stimule l'industrialisation de l'Asie, de l'Amérique latine et d'une partie de l'Afrique, l'effacement relatif des frontières et la perte d'autonomie de la décision politique.



### 1.3 l'émergence de la fragmentation des processus productifs au sein des firmes

A partir des années 1980, la mondialisation connaît un accroissement très rapide (comme le montre le tableau (3-1), de plus en plus les pays participent aux échanges mondiaux. Le nombre de membres à l'OMC n'a cessé de croître pour atteindre 164 membres au 29 juillet 2016. C'est la conséquence d'une poursuite de la réduction des droits de douane, de la diminution des distances grâce au progrès technique. De plus, le développement des échanges de biens se double d'une mondialisation des investissements. Les investissements directs étrangers comme les investissements de portefeuille ont considérablement augmenté, leur matérialisation la plus visible étant le développement des multinationales et des capitalisations boursières. Cette accélération du processus s'est traduite par une intégration plus importante des économies.

**Tableau 3.1 : Évolution du PIB, des échanges et des investissements En milliards de dollars courants (base 100 en 1970)**

	1970	1980	1990	2000	2014
<b>PIB</b>	<b>3 177</b>	<b>12 283</b>	<b>22 900</b>	<b>33 255</b>	<b>77 450</b>
	<b>100%</b>	<b>387%</b>	<b>721%</b>	<b>1 047%</b>	<b>2 438%</b>
<b>Échanges mondiaux</b>	<b>318</b>	<b>2 050</b>	<b>3 496</b>	<b>6 452</b>	<b>19 003</b>
	<b>100%</b>	<b>644%</b>	<b>1 099%</b>	<b>2 029%</b>	<b>5 976%</b>
<b>Flux d'IDE</b>	<b>12</b>	<b>54</b>	<b>204</b>	<b>1 363</b>	<b>1 228</b>
	<b>100%</b>	<b>450%</b>	<b>1 700%</b>	<b>11 358%</b>	<b>10 233%</b>

Source : Lemoine M., Madiès P. & Madiès T., 2016, **Les grandes questions d'économie et de finance internationales** Décoder l'actualité , Op.cit., p 32.

### 1.3.1 L'évolution de commerce internationale depuis 1980

Néanmoins, à partir des années 1980, le commerce international connaît à nouveau des taux de croissance importants, de l'ordre de 8%, soit des taux plus élevés que ceux de la production mondiale. Les flux commerciaux internationaux ont enregistré une augmentation spectaculaire au cours de cette période. Selon les statistiques commerciales de l'OMC, la valeur des exportations mondiales de marchandises est passée de 2 030 milliards de dollars EU en 1980 à 18 260 milliards de dollars EU en 2011; soit une croissance moyenne de 7,3 % par an en dollars courants<sup>1</sup>; malgré la forte diminution de la ration du commerce de marchandises au PIB en 2009 à cause de la crise économique de 2008.

Dès 2012, les échanges internationaux évoluent de façon moins heurtée, mais n'ont pas retrouvé leur tendance d'avant-crise<sup>2</sup>. Entre 2012 et 2015, en moyenne, le commerce ne croissait plus qu'au rythme de 3,3% l'an, à peine plus vite que le PIB (2,6%)<sup>3</sup> avant de chuter en 2015. Durant l'année 2015, les prix mondiaux de l'énergie ont chuté de 45%<sup>4</sup>, cette baisse des prix mondiaux des produits de base a eu un effet significatif sur la valeur du commerce mondial des marchandises. La faiblesse du commerce en 2015 a été due aussi à plusieurs causes, parmi lesquelles le ralentissement économique en Chine, la récession dans d'autres grandes économies en développement comme le Brésil, et les fortes fluctuations des taux de change et l'instabilité financière due à la divergence des politiques monétaires des pays développés<sup>5</sup>.

### 1.3.2 Les chaînes de valeur et les réseaux de production

La structure du commerce international a radicalement changé à partir des années 1980. Autrefois, le commerce était principalement le fait de pays qui échangeaient des biens produits localement. Aujourd'hui, il est de plus en plus le fait des entreprises qui fragmentent géographiquement les procédés de production dans les chaînes de valeur et les réseaux de

---

<sup>1</sup> OMC, 2013, **Facteurs déterminant l'avenir du commerce mondial**, Op.cit., p 57.

<sup>2</sup> SEBASTIEN J. 2015, **Le ralentissement du commerce mondial annonce un changement de tendance**, La Lettre du Centre d'études prospectives et d'informations internationales, N° 356 – Septembre 2015, p 1.

<sup>3</sup> Sébastien J. 2017, **Le ralentissement du commerce mondial : une rupture structurelle porteuse d'incertitudes**, FONDATION ROBERT SCHUMAN / QUESTION D'EUROPE N°421 / 13, février 2017 p 2.

<sup>4</sup> Les combustibles ont enregistré la plus forte baisse des prix (-63% entre juillet 2014 et décembre 2015), par suite de l'apparition de nouvelles sources d'approvisionnement comme l'huile de schiste.

<sup>5</sup> OMC, 2016, **L'examen Statistique Du Commerce Mondial 2016**, Rapport sur le commerce mondial 2016, P 11.

production, lesquels sont devenus le principal trait distinctif de l'économie mondiale commun à tous les pays, séparément de leur niveau de développement, des plus pauvres aux plus avancés. Près de 60 % des échanges mondiaux, concernent le commerce de biens et de services intermédiaires qui sont intégrés à divers stades du processus de production de biens et services destinés à la consommation finale<sup>1</sup>.

L'augmentation des échanges de biens intermédiaires est concédée comme l'un des principaux facteurs qui expliquent l'évolution marquée du commerce mondial par rapport aux évolutions du PIB mondial. Chaque fois qu'une marchandise traverse une frontière en cheminant dans la chaîne d'approvisionnement, une transaction internationale est enregistrée. Lorsqu'une chaîne internationale comporte plusieurs tâches différenciées, comme c'est souvent le cas pour le matériel de transport et l'électronique des produits non finis, peuvent traverser des frontières à plusieurs reprises avant d'atteindre leur destination finale.

La participation des firmes aux réseaux mondiaux de production permet essentiellement aux petites firmes des pays en développement d'accéder à la technologie et au savoir-faire, dont dépend à terme l'élévation de leur productivité. Les politiques facilitant l'intégration des firmes nationales dans les processus internationaux de production et encourageant l'accès à la technologie et aux compétences étrangères contribuent. Par conséquent, beaucoup à faire du commerce un vecteur de productivité accrue et, un moteur du développement économique. L'internationalisation des processus de production pose des difficultés aux pays en développement, dont les firmes sont souvent enfermées dans des activités à faible valeur ajoutée. Pour passer à une production à plus forte valeur ajoutée, il faut que la politique adoptée encourage la modernisation des procédés industriels et l'exportation de produits plus élaborés.

## **Section 02 : Un aperçu sur l'histoire de l'économie algérienne.**

L'Algérie est un pays particulier, l'une particularité de ce pays est sa vaste superficie et sa richesse, à la fois par son sous-sol qui renferme une diversité de matières premières et par sa diversité géographique favorable. L'autre particularité de l'Algérie est le fait qu'elle représente un point de jonction liant à la fois l'Europe développée à l'Afrique sous-développée, ainsi que les pays constitutifs de l'UMA (Union du Maghreb Arabe). Il occupe une place déterminante au

---

<sup>1</sup> CNUCED « Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement », 2015, **L'évolution du système commercial international et ses tendances dans une optique de développement**, Op.cit., P 5.

Maghreb en générale. L'importance de son territoire, de sa population, des ressources naturelles de son sous-sol s'ajoute à une histoire singulière.

L'économie algérienne est déterminée par l'importance de ses hydrocarbures, notamment en tant que principale source de revenus d'exportation. Ce poids varie certes selon les périodes, mais il tend à s'alourdir inexorablement.

## **2.1 Situation de commerce extérieur algérien à l'ère de « l'Algérie française » 1830-1962**

Depuis juillet 1830, l'Algérie tomba sous l'occupation française, totalement différente des autres modes de colonisation en Afrique du nord, du fait que cette dernière était une colonisation de peuplement, d'où la perte quasi-totale du concept strict du commerce extérieur. Celui-ci n'étant qu'un moyen parmi d'autres pour maintenir et développer la colonisation en Algérie.

Durant cette période, il existait une libre circulation des marchandises et des capitaux entre la France et l'Algérie. Nous avons aussi un dualisme économique, et ce d'une part les majoritaires qui continuaient à maintenir une économie traditionnelle dont la production était consacrée à l'autosatisfaction de leurs besoins fondamentaux. D'une autre part nous avons les colons européens, minoritaires, possédant des nouvelles techniques de production, ils avaient développé un secteur économique moderne. Soutenue par le régime militaire, la production était essentiellement orientée vers l'extérieur, d'autant plus que le marché algérien était étroit<sup>1</sup>.

## **2.2 Une économie socialiste et planification centralisée : de l'indépendance jusqu'en 1987/88**

Cette période a été marquée par une forte volonté de développement, la croissance économique a atteint 6,5 % en moyenne. Plus de 100 entreprises nationales et 200 entreprises régionales furent créées pour développer de nombreux secteurs : agroalimentaire, bâtiment, mécanique, tourisme, électronique etc. Le taux de chômage qui était de 35 % en 1972 a chuté à 18 % en 1978<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> BOUDJENAH Y., 2002. *Algérie décomposition d'une industrie, La restructuration des entreprises publiques (1980-2000)* : l'Etat en question. Paris: L'Harmattan, P. 19-20.

<sup>2</sup> LAMIRIA, 2013, *La décennie de la dernière chance : Emergence ou Déchéance de l'économie Algérienne ?*, CHIHAB Edition, Alger, P67-68.

De 1962 au milieu des années 1980, l'Algérie a adopté une politique de nationalisme économique et de planification économique centralisée (Les plans de développement triennal puis quadriennaux). Les hydrocarbures occupaient une position prioritaire dans les investissements étatiques, au sein de ce secteur ce ne sont pas les activités industrialisantes qui étaient privilégiées.

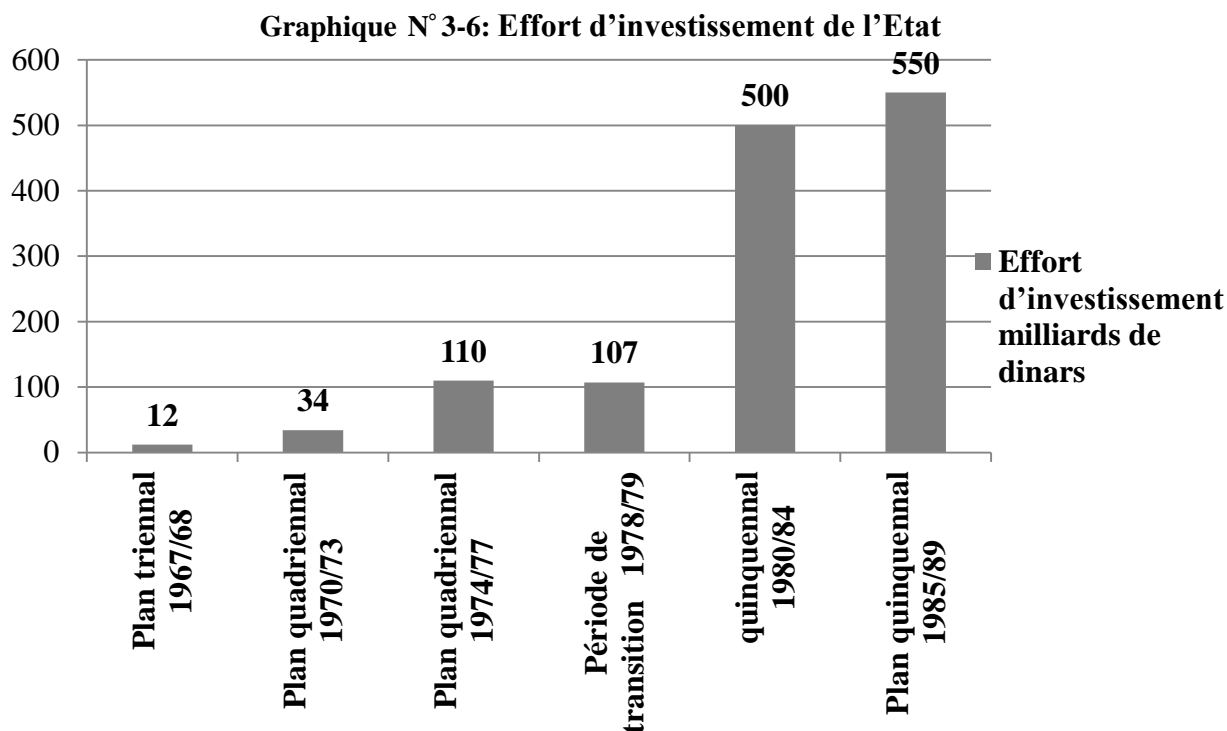
La stratégie des autorités gouvernementales avait pour objectif d'établir un rôle prédominant de l'Etat, de finaliser la récupération nationale des richesses<sup>1</sup>, de nationaliser les « biens vacants » après le départ des colons (terres, entreprises, logements, commerces, cinémas...) qui vise à les soustraire à l'appropriation sauvage, de mise en œuvre d'une politique d'industrialisation accélérée et de garantir un développement agricole ordonné par des secteurs collectivisés.

La production de pétrole brut a été au cœur de l'expansion du secteur des hydrocarbures au cours des années 1960 et 1970, et ce bien que l'extraction du gaz naturel ait débuté dès 1961. En 1964, l'Algérie est devenue le premier producteur mondial de gaz naturel liquéfié (GNL) et la capacité de ses raffineries s'est accrue au cours des années 1970.

Durant cette période l'Algérie consenti un effort d'investissement très important comme le montre le graphique ci-après :

---

<sup>1</sup> La société nationale de pétrole Sonatrach n'était au début responsable que du transport et du marketing des produits d'hydrocarbures, cependant en 1971 l'Algérie ayant entrepris de nationaliser les actifs des sociétés pétrolières étrangères. Cette société a été réorganisée et sa mission se limita dès lors à des activités pétrolières et gazières en amont et aux exportations d'hydrocarbures.



**Source :** Fait par nos soins à partir des données de GEORGES, M., 1997, **Le contexte économique et social de la crise algérienne**, Manuscrit auteur, publié dans « La crise algérienne : enjeux et évolution », P.4.

De 1967 à 1977, la part affectée par l'Etat au secteur de l'industrie de l'investissement total est dominante, la part des investissements alloués à l'industrie (hydrocarbures inclus) était de l'ordre de 53,4% durant le plan triennal; et durant le premier plan quadriennal la part de l'investissement industriel est passée à 57,3% pour atteindre 61,1% au cours du second plan quadriennal (1974 et 1977)<sup>1</sup>.

L'agriculture et les services, comparativement à l'industrie, ont été légués au bas de l'échelle des priorités du planificateur. En pourcentage, l'agriculture, qui, rappelons-le occupait au lendemain de l'indépendance le premier rang des secteurs pourvoyeurs des devises, n'a bénéficié que de 20,7% des investissements prévus par le plan triennal. Pis, cette infime part, a été revue à la baisse pour ne représenter que 7,3% au cours du second plan quadriennal. Donc, le seul changement connu par l'économie algérienne, après la mise en œuvre de trois plans de développement est le remplacement de l'agriculture par les hydrocarbures. Durant cette période, les recettes d'exportations d'hydrocarbures dépassaient largement celles des produits agricoles.

<sup>1</sup> LAMIRIA, 2013, **La décennie de la dernière chance : Emergence ou Déchéance de l'économie Algérienne ?**, Op.cit., P66

Depuis le début des années 70, La productivité des entreprises publiques était en chute libre, ces dernières, exposées à de nombrables difficultés, voyaient leur situation s'aggravait sous l'emprise de l'Etat qui limitait leur champ de manœuvre et la coordination entre les différents secteurs d'activité par une réglementation rigoriste<sup>1</sup>. A la fin des années soixante-dix les entreprises publiques bénéficient d'une relative liberté de décision pour ce qui touche l'aspect financier : l'autofinancement en 1978 et le crédit extérieur pour les dépenses et les exportations en 1986.

Vers la fin des années quatre-vingt-dix, l'Etat se trouve dans une situation difficile, pour financer sa stratégie de développement, il devait investir dans le secteur des hydrocarbures mais, face à l'absence de retour sur investissement reflété par le déficit des entreprises étatiques, il était dans l'obligation d'investir encore plus dans les hydrocarbures. En effet, l'analyse affinée des investissements consentis au secteur des hydrocarbures montre que l'Etat était plus à la recherche « d'argent frais » que d'investissement dans les branches industrialisantes des hydrocarbures. Les activités financées en priorité au sein du secteur des hydrocarbures étaient celles dites exportatrices, car ce sont elles qui fournissaient immédiatement les capitaux en devises.

Les échanges commerciaux de l'Etat Algérienne sont marquées par le mode de gestion de l'économie planifiée pendant toute la période allant du lendemain de l'indépendance jusqu'au début des années 1990, le gouvernement algérien a opté pour un système économique de type soviétique<sup>2</sup>, un système purement protectionniste dont le principal objectif était d'améliorer le résultat de la balance commerciale du pays. Il a pris aussi la décision d'instaurer un contrôle de change ayant pour objectif de ralentir les sorties massives de capitaux vers l'étranger, cela a été renforcé par un contrôle sur toutes les opérations commerciales, financières et même monétaires<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> TALAHITE, F., 2006, **L'économie Algérienne depuis 1962 : le poids croissant des hydrocarbures**. TENDANCES ECONOMIQUES. AFKAR/IDEES. PRINTEMPS/ETE. P. 82.

<sup>2</sup> CHEBBAH K. M., 2005, **évolution du commerce extérieur de l'Algérie 1980-2005 Constat et analyse**, Revue Campus N°7 (2005) P 38 et 39, tiré du site : [http://www.ummo.dz/IMG/pdf/Evolution\\_du\\_commerce\\_exterieur\\_de\\_1\\_Algerie\\_1980-2005.pdf](http://www.ummo.dz/IMG/pdf/Evolution_du_commerce_exterieur_de_1_Algerie_1980-2005.pdf), consulté le 03-01-2017.

<sup>3</sup> LAMIRI. A., 1999, **Crise de l'économie Algérienne**, édition Presse, 1999, Alger, PP 14-15.

Les investissements étrangers sont moyennement présents dans le secteur des hydrocarbures jusqu'au début des années 80. Ce qui empêche l'Etat d'encourager l'investissement étranger avec une loi (1980) qui permet de créer des sociétés mixtes dans l'industrie et les services, assortie d'avantages fiscaux au partenaire étranger qui ne peut toutefois détenir plus de 49% de l'entreprise conjointe; mais les résultats sont limités<sup>1</sup>.

Le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur avait été établi en 1974, au moyen des concessions accordées à des entreprises publiques et à des organismes publics. La cession de la situation de monopole est entamée en 1988, avec la limitation du monopole des grandes entreprises publiques et l'intervention de la chambre de commerce concernant le privé.

### **2.3 Libéralisation économique et politique 1987/88-1991**

À partir de 1986, l'Etat algérienne éprouve des difficultés financières à cause du contre-choc pétrolier et de la chute des cours du pétrole couplée à la dépréciation des cours du dollar (monnaie de règlement des exportations d'hydrocarbures). Ce choc pétrolier a nécessité le recours à l'endettement extérieur afin d'assurer l'approvisionnement en biens alimentaires de base, de médicaments et autres biens de première nécessité. Ce qui a induit la crise d'endettement qui s'ensuivit, en raison des difficultés de remboursement de la dette extérieure et de la nécessité d'avoir recours au rééchelonnement de la dette extérieure.

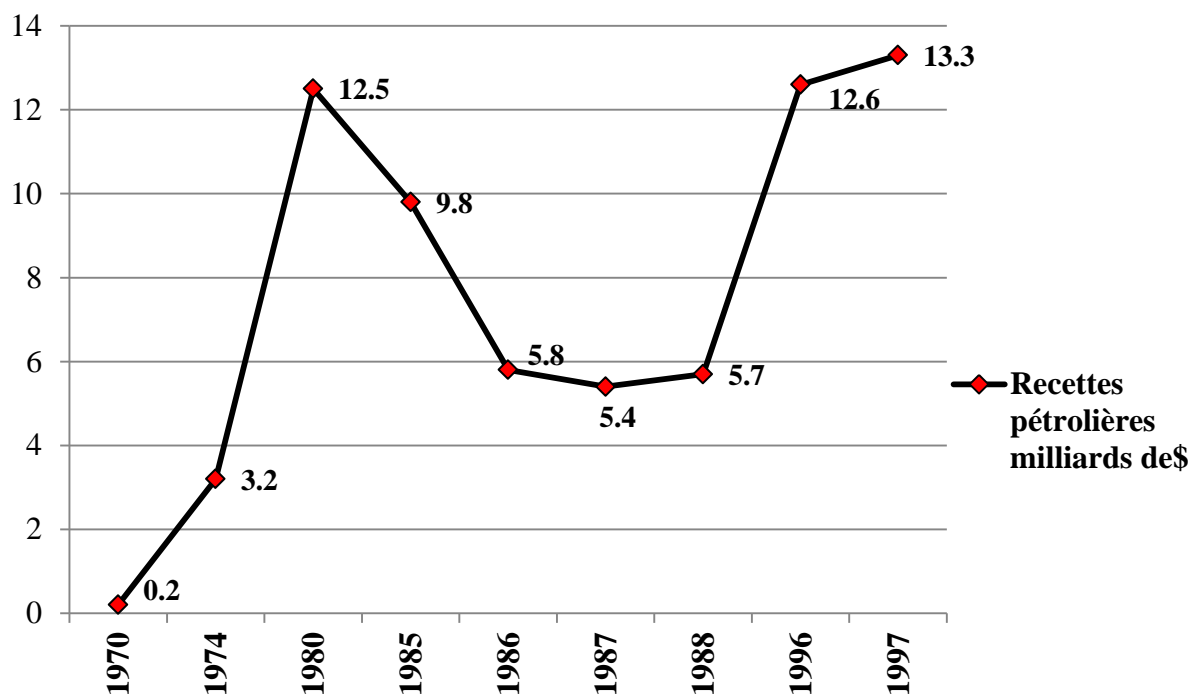
Entre 1984 et 1987, les exportations algériennes baissent de 55,5% en valeur, cette chute brutale du prix du pétrole comme le montre le graphique N° 3-6, à laquelle s'ajoute celle du dollar, non anticipées par le gouvernement, lequel continuera longtemps à escompter un redressement des cours, exerce un choc sur l'économie algérienne.

---

<sup>1</sup> BOUDJENAH Y., 2002. *Algérie décomposition d'une industrie*, Op.cit. P. 23.



Graphique N° 3-7: L'évolution des recettes pétrolières de 1970 à 1997



Source : Fait par nos soins à partir des données de GEORGES, M., 1997, Op.cit., p 4.

Après les émeutes d'octobre 1988, l'Algérie engage un processus de réformes économiques. L'élaboration de ce programme, qui vise clairement à rétablir les lois du marché dans le fonctionnement de l'économie et en particulier à restaurer la contrainte financière sur les banques et les entreprises publiques, avait commencé dès 1986, mais les conditions politiques de sa mise en œuvre n'apparaissent qu'en 1989, à un moment où la situation économique et sociale était devenue très défavorable. Le processus de réformes donc est considéré comme un point de départ de la mise en œuvre d'un projet global de réformes économiques appuyées par un processus d'ouverture politique.

Dès 14 avril 1990, avec la loi sur la monnaie et le crédit (n° 90-10) l'Algérie trace un autre engagement vers la libéralisation financière. L'adoption de cette loi avec comme contenu, un strict financement de l'économie ainsi que l'indépendance de la Banque Centrale à l'égard du Trésor, une dépréciation encore plus forte du cours du dinar et sa convertibilité partielle ainsi que d'autres mesures de dérèglementation aussi astreignantes. Cet ensemble de règlements mettait l'Algérie devant l'obligation d'accélérer son rythme de libéralisation.

## 2.4 Interruption et remise en cause de la réforme de 1992 à 1994

A partir de 1994, l'Algérie a commencé d'appliquer le programme d'ajustement structurel. La loi sur la monnaie et le crédit est révisée (la Banque centrale notamment est remise sous tutelle du gouvernement), le code du commerce changé et l'ensemble des textes sur l'autonomie de l'entreprise sont revus pour supprimer les fonds de participation et remettre les entreprises par branches homogènes comme dans les années 1970. Il était question d'inscrire dans la loi que les entreprises dites « stratégiques » ne seront jamais privatisées tandis que les autres entreprises ne pourront être détenues qu'à hauteur de 49% par le capital privé, national ou étranger afin que l'État y reste majoritaire. La décision de retourner à des taux de change multiples se heurte au refus du FMI.

Dans le même cadre, des nouvelles dispositions règlementaires (décret législatif n°93-12 du 05/10/1993) furent décidées par l'Etat afin d'encourager l'investissement étranger et national en autorisant notamment les statuts de grossistes, de concessionnaires...

## 2.5 Le programme d'ajustement structurel (PAS) de 1994 à 1998

En 1994, l'Etat algérienne demande le rééchelonnement de sa dette extérieure et doit négocier un programme d'ajustement structurel avec le FMI et la Banque Mondiale durant la période de 1994 à 1998. Le FMI oblige les autorités algériennes à accepter certaines conditionnalités <sup>1</sup>:

- ✓ L'ouverture sur l'extérieur et l'application du libre jeu des mécanismes du marché : la nécessité d'adhérer à une économie de marché libre et ouverte dans le contexte de la mondialisation;
- ✓ La libéralisation du commerce extérieur :
- ✓ La préparation d'un programme de privatisation.

---

<sup>1</sup>CHERIF E.C., 2002, **Programme d'ajustement structurel et résultats socio-économiques en Algérie**, Revue science humaines n°18, tiré du site internet : <http://revue.umc.edu.dz/index.php/h/article/download/1040/1146> . P42,

Ainsi la transition sera largement soumise aux exigences du programme d'ajustement structurel<sup>1</sup>. Lors des accords de rééchelonnement qui apportent 20 à 22 milliards de dollars à l'économie algérienne, les pouvoirs publics ont entamé des mesures de stabilisation macro financières comme préalable à des réformes de structure, il s'agit de :

- ✓ La réduction de l'inflation, la dévaluation et la convertibilité du dinar dans les transactions commerciales avec l'extérieur ;
- ✓ La libération des prix ;
- ✓ la libéralisation du commerce extérieur ;
- ✓ La restauration des équilibres internes et externes.

Les réformes qui sont engagées par le gouvernement à partir des plans d'ajustement structurel doivent aider à augmenter le taux de croissance afin de réduire le chômage, aligner rapidement le taux d'inflation sur les normes des pays industrialisés et stabiliser la balance des paiements<sup>2</sup>. Mais à un coût social et politique très lourd, dans un contexte de guerre civile, les mesures seront appliquées de manière draconienne. À suites meurtrières d'un conflit qui grève le budget de ce pays de plus de 17% en dépenses militaires et sécuritaires, s'ajoutent pour la population ceux d'une politique de réduction brutale des importations et des dépenses publiques. Pendant la période de 1990 à 1997, le niveau du chômage augmentait, atteignant plus de 20% de la population active. Ainsi, ces mesures n'ont pas relancé la croissance.

Depuis la conférence euro-méditerranéenne de Barcelone (27 et 28 novembre 1995), L'Union Européenne tente de signer des accords d'association avec chacun des 12 pays du Sud et de l'Est méditerranéen. Le but essentiel de ces accords est d'établir à l'horizon 2017 une zone de libre-échange (ZLE) entre les 27 pays européens et méditerranéens. La création d'une ZLE a pour objet de libéraliser les échanges et une plus large ouverture des économies.

Concernant l'Etat algérienne, les négociations entamées avec l'UE en 1996, gelées pendant plusieurs années puis reprises en 1999, ont abouti à la levée progressive des barrières douanières, entamée depuis septembre 2005 dans la perspective de l'instauration d'une zone de libre échange en 2017.

---

<sup>1</sup>ANDREFF, W., 2009, **Réformes, libéralisation, privatisation en Algérie : point de vue d'un outsider en 1988-1994**, in Confluences Méditerranée, automne.

<sup>2</sup>BENISSAD, H., 1997, **Le programme d'ajustement structurel**, Confluences, automne 1997, p. 113.

## 2.6 Hausse des revenus des hydrocarbures et poursuite des réformes 1998 - 2014

L'économie algérienne a connu au cours de cette période des mutations importantes. Au début des années 2000, le taux de croissance du PIB a été positif de 2004 à 2012, mais il ne dépassait pas en moyenne les 3%. Le taux de chômage a baissé d'une manière spectaculaire grâce à une croissance tirée exclusivement des hydrocarbures. En 2012, les chiffres publiés ont révélé que la population au chômage atteignait un taux global de 10% contre 30% en 1999.

Suite à la stagnation de l'économie avec une croissance quasi-nulle, le gouvernement retourne sur le devant de la scène, profitant d'une conjoncture pétrolière favorable, en engrangeant des ressources financières inhabituelles, les pouvoirs publics ont décidé de les utiliser pour combler l'immense retard enregistré dans les infrastructures de base, et réduire le déficit chronique en matière de services publics et l'amélioration des conditions de vie de la population.

Les recettes des hydrocarbures ont permis de financer les différents programmes de relance économique et de réduire considérablement les dettes extérieures du pays.

La fiscalité pétrolière constitue tout au long de cette période la ressource principale des recettes de l'Algérie comparativement aux autres ressources fiscales (fiscalité ordinaire) ; ce qui montre la fragilité des finances publiques devant une chute brutale des cours du pétrole.

### 2.6.1 Programme spécial de relance économique (PSRE)

Suite au relèvement des prix du pétrole, le gouvernement a lancé en 2001 un programme spécial de relance économique (PSRE) afin d'impulser une dynamique de croissance à l'économie dont les moindres performances, conjuguées à la situation socio - politique détériorée. Ce programme visait trois principaux objectifs <sup>1</sup>:

- La réduction de la pauvreté ;
- La création d'emplois (850.000 emplois créés au cours de la période 2001 – 2004);
- La préservation des équilibres régionaux et redynamisation des espaces ruraux.

---

<sup>1</sup> LAMIRIA, 2013, *La décennie de la dernière chance : Emergence ou Déchéance de l'économie Algérienne ?*, Op.cit., P82.

Le PSRE était doté d'un montant de 525 milliards de dinars répartis sur cinq volets : 45 milliards de dinars pour l'appui aux réformes, 65.3 milliards de dinars consacrés à l'agriculture et à la pêche, 114 milliards de dinars à l'appui au développement local, 210.5 milliards de dinars destinés aux grands travaux d'infrastructures et 90.2 milliards de dinars alloués au développement des ressources humaines. Ce programme a entraîné une progression des importations, et a contribué à une accélération de la croissance économique et à une diminution du chômage de près de 4 points pour se situer à 23,7%, alors qu'il avoisinait les 28% au début des années 2000.

### **2.6.2 Programme complémentaire du soutien à la croissance (PCSC)**

L'année 2005 est marquée par le lancement du plan quinquennal complémentaire du soutien à la croissance (PCSC de 2005 à 2009). Ce plan quinquennal de relance a absorbé ce qui n'a pas été réalisé du PSRE. Les montants destinés au PCSC n'étaient pas fixés, ils sont passés successivement de 55 milliards de dollars fin 2004 à 100 milliards de dollars fin 2005, puis fin 2006 à 140 milliards de dollars US, et a été clôturé fin 2009 à presque 200 milliards de dollars. Cette action budgétaire s'inscrit comme la précédente dans le soutien à la croissance économique, l'amélioration du climat des affaires, et l'incitation du secteur privé à s'impliquer davantage dans le développement économique du pays.

### **2.6.3 Programme complémentaire de la croissance économique (PCCE)**

En 2007/2008, le monde a connu un contexte international difficile marqué par une crise financière et économique. Cette crise a touché presque toutes les économies et a plongé le monde dans une longue récession<sup>1</sup>. Une chute des prix du pétrole en 2009, a été suivie par une diminution importante de la valeur des exportations de l'Algérie. Au cours de cette même année, l'Algérie a perdu plus de 33 milliards USD par rapport à l'année 2008. Les revenus du pétrole sont passés donc de 77361 en 2008 à 44128 en 2009. Cette baisse met en exergue, une fois de

---

<sup>1</sup> La crise financière internationale de 2008 s'est dans un premier lieu manifestée comme une crise de liquidité sur les marchés monétaires dans les pays développés à partir d'août 2007. Ensuite, la persistance de ces tensions a conduit à une difficulté majeure qui est le resserrement du crédit. Aussi, le manque de liquidité des marchés a provoqué un renchérissement des coûts de financement.

plus la forte dépendance de l'économie algérienne vis-à-vis des hydrocarbures en absence d'une économie marchande, diversifiée<sup>1</sup>.

Malgré cette crise, l'Etat algérien lançait, pour 2010-2014, un autre programme quinquennal (programme complémentaire de la croissance économique PCCE), et ce pour parachever les grands projets déjà entamé (routes, rail, eau.) pour un montant de 9700 milliards de dinars et engager des projets nouveaux pour un montant de 11 534 milliards de dinars. Ce programme s'intéressait à:

- Développer les infrastructures de base ;
- Développer l'humanité ;
- Développer l'économie de pays ;
- Diminuer le taux de chômage ;
- améliorer le service public ;
- Développer la recherche scientifique et les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC).

À cause de ces programmes quinquennaux, plusieurs projets dans les différents secteurs ont été réalisés. Pour les réalisations des infrastructures éducatives : 3 000 écoles primaires, 850 lycées, 2 000 internats. Le secteur de l'enseignement supérieur, s'est doté de: 600 000 places pédagogiques, 400 000 places d'hébergement, 44 restaurants. La formation professionnelle bénéficie de 220 instituts, 82 centres et 58 internats. Concernant la santé : 172 hôpitaux, 45 complexes spécialisés, 377 polycliniques, 1 000 salles de soins et 17 écoles paramédicales ont été réalisés. Habitat : 1, 2 millions de logements réalisés; pour l'Hydraulique : 35 barrages, 8 stations de dessalement, 25 transferts et 3 000 localités à raccorder à l'eau potable. 1 million de foyers seront raccordés au gaz et 200 000 à l'électricité.

Le gouvernement algérien a mis en place en 2000 un fond de régulation des recettes, ce fond recueille les recettes pétrolières générées au-delà de 37 USD / baril. Doté en fin 2014 de 7226 milliards de dinars. Il est considéré comme étant vide de toute signification économique de fait qu'il ne répond pas aux critères spécifiques d'un fonds souverain. Le but de ce fonds est de combler le déficit des dépenses publiques.

---

<sup>1</sup> TEMAR. H., 2015, *L'économie algérienne, les stratégies de développement*, tom I, OPU 2015, P. 34.

Le commerce international pendant cette période marquée par l'abandon par le pays de son monopole sur les opérations d'échanges avec l'extérieur. Cette fonction apparaît alors comme exercée, pour l'essentiel, par des opérateurs privés, dans le cadre d'un laisser faire quasiment sans contrôle. Les opérateurs publics, encore présents, n'interviennent que dans le cadre d'actions liées à leurs activités. A la faiblesse de leurs moyens propres s'ajoute l'absence de toute mission d'intérêt public.

Depuis l'avènement de cette nouvelle politique, en inadaptation totale avec les objectifs de développement du gouvernement (contraire à ses intérêts). Le commerce international affiche:

- Un développement rapide et incohérent du commerce d'importation ;
- Une émergence d'un marché informel dont la dimension atteint un seuil critique ;
- Un cantonnement des exportations hors hydrocarbures dans des niveaux très bas et comportant une très faible valeur ajoutée nationale.

## **2.7 Baisse des revenus des hydrocarbures à la fin de l'année 2014 et jusqu'à la fin 2017**

Le marché pétrolier international connaît depuis la fin de l'année 2014 une baisse importante des cours. Cette baisse a eu des retombées sur l'économie algérienne comme tous les autres pays exportateurs en particulier ceux dont les recettes pétrolières constituent la principale ressource en devises comme l'Iran et le Venezuela. Notre économie est basée essentiellement sur l'exploitation des hydrocarbures. Le pétrole est la ressource quasi unique du pays. Il constitue la principale source de revenu (il représente 98% du total des exportations algériennes depuis des années et des années)<sup>1</sup>.

*« Le marché du pétrole est devenu, au cours des vingt dernières années, le plus grand marché de matières premières du monde. Il a connu de grandes évolutions passant d'un simple marché de commerce physique de pétrole et de produit pétrolier vers un marché financier sophistiqué où les horizons des échanges s'étendent aujourd'hui »<sup>2</sup>.*

---

<sup>1</sup> www.ONS.dz

<sup>2</sup> AUZZANEAU. M., 2015, **Or noir : la grande histoire du pétrole**, la découverte, Paris, p 75.

Les principaux facteurs qui peuvent expliquer la chute vertigineuse des prix du pétrole fin 2014 sont <sup>1</sup>:

- la croissance de la demande en 2014 qui a été plus faible que celle initialement anticipée ;
- la forte augmentation de la production mondiale du pétrole depuis 2014, notamment du fait de la production du pétrole de schiste aux Etats-Unis ;
- le choix de ne pas intervenir par l'OPEP sur les prix du pétrole, en conservant son objectif de production inchangé.

La chute vertigineuse des prix du pétrole a grevé les finances publiques de l'Algérie. Les indicateurs économiques du pays sont tous négatifs. Les cours du pétrole ont perdu plus de la moitié de leurs valeurs, passant de 110 USD juin 2014 à 50 USD en Janvier 2015. Le niveau des exportations d'hydrocarbures a enregistré une baisse passant de 27,1 Milliard USD en 2016 à 32,69 Milliard USD en 2015 (-17,12%). Les exportations hors hydrocarbures ont aussi baissé, passant de 2,063 Milliard USD en 2016 à 2,582 Milliard USD en 2015 (-20,1%).

La balance commerciale a enregistré un déficit de 17,84 Milliard USD durant l'année 2016, contre un déficit de 17,03 Milliard USD en 2015, soit un accroissement de déficit de 4,5%. Le solde de la balance des paiements de l'année 2016 affiche un déficit de 26,31 Milliard USD contre -27,29 Milliard USD en 2015.

Dès juillet 2016, l'Etat algérienne a annoncé un nouveau modèle de croissance économique dont les trois phases d'exécution s'étaleront sur la période 2016-2030. Il vise à créer une diversification, spécialement des exportations, en même temps qu'un changement du cadre budgétaire de l'État. Cette série de réformes structurelles profondes, tant sur le plan de la fiscalité (surtout l'amélioration des recettes de la fiscalité ordinaire de sorte qu'elle puisse couvrir, l'essentiel des dépenses de fonctionnement), et de la politique de subvention et la modernisation de l'administration.

L'Etat algérienne a créé un Fond de Réserve et de Régulation (FRR) en 2000, ce fond spécial a pour but de gérer les excédents budgétaires liés aux exportations d'hydrocarbures (comme la baisse des prix de pétrole fin 2014). Les réserves de devises dans lesquelles puise le

---

<sup>1</sup> AREZKI, R., et BLANCHARD, O., 2014,, , **Sept questions sur la chute récente des cours du pétrole**, disponible sur le site : <https://www.imf.org/external/french/np/blog/2014/122214f.htm>.



gouvernement algérien subissent une forte contraction passant de 144 Milliard USD fin 2015 à 114 Milliard USD à fin 2016.

### **Section 03 : Essentiels contraintes et enjeux pour l'économie algérienne.**

#### **3.1 Exportations algériennes et syndrome hollandais**

L'économie algérienne et comme toutes les autres économies exportatrices d'hydrocarbures sont confrontées au phénomène du syndrome hollandais. Ces pays victimes de ce phénomène touchent d'énormes revenus en devises, qui sont captés et utilisés par l'Etat. Cette spécificité se traduit par une surévaluation de la monnaie nationale, ce qui conduit en résultat à un manque de compétitivité pour les autres secteurs, d'où leur contraction et leur transformation à des économies de répartition de la rente plutôt que des économies de création de valeur à partir du travail.

Le grand problème qui menace l'économie algérienne, c'est sans doute celui de la dépendance vis-à-vis les hydrocarbures. Les prévisions, le financement de budget, les plans, les projets, les décisions, les importations des équipements et même de l'alimentation et des médicaments, sont déterminés par les ressources des hydrocarbures. Cette économie reste toujours dépendante d'une manière forte des exportations d'hydrocarbures et elle est donc sensible aux pressions exercées sur les cours du pétrole et sur la production pétrolière<sup>1</sup>.

Dès les premières années de l'indépendance, les exportations algériennes ont enregistré une importante modification dans la nature des produits destinés à l'exportation comparativement aux années 1950<sup>2</sup>. Depuis 1964, la part des hydrocarbures à l'exportation dépassait déjà les 50% des exportations globales, cette part ne cessait de croître jusqu'à arriver 97%, à 98% ces dernières années. Cette restructuration des exportations algériennes à forte dominance des hydrocarbures est due essentiellement à la hausse des cours sur les marchés mondiaux.

L'économie algérienne ne peut tenir sans le secteur des hydrocarbures. Après plus de 20 ans des réformes engagées par le gouvernement algérien, l'économie reste encore dépendante

---

<sup>1</sup> MERNACHE. A., **Conséquences de la crise internationale sur les économies maghrébines : le cas de l'Algérie**, Université de Paris 12. P. 5.

<sup>2</sup> MUTIN. G., 1965, **Le commerce extérieur de l'Algérie en 1964**, Revue de géographie de Lyon. Vol. 40, n°4, p. 352.

vis-à-vis des hydrocarbures (pétrole et gaz)<sup>1</sup>. Les exportations hors hydrocarbures demeurent marginales (à peine 3% des exportations totales)<sup>2</sup> et les résultats économiques sont quasiment liés aux changements de la demande et des prix des hydrocarbures. Le secteur des hydrocarbures engendre d'environ 70 % des recettes budgétaires de l'Etat, ce qui forme une source de faiblesse de l'économie algérienne. Devant cette situation, le gouvernement a lancé des actions visant à étendre la participation des autres secteurs (hors hydrocarbures) à la formation de la valeur ajoutée.

### 3.2 La croissance fabuleuse des importations

Les exportations des hydrocarbures restent la caractéristique essentielle des exportations algériennes ; elles sont faites à hauteur de 97% d'hydrocarbures et 3% des exportations hors hydrocarbures. Ces dernières composées d'une cinquantaine de produits, sont assurées par une centaine d'exportateurs dont seulement une cinquantaine exporte d'une manière régulière. L'évolution dangereuse des importations est la deuxième caractéristique illogique qui caractérise le commerce extérieur de l'Algérie : ces dernières années, les importations, concernent des milliers de produit, assurées par des milliers d'importateurs. Cette nouvelle situation n'est que le résultat de plusieurs facteurs comme l'instauration du crédit documentaire dans la loi de finance de 2009<sup>3</sup> et l'influence d'un lobby constitué d'environ 40000 importateurs.

Les importations algériennes passaient à une vitesse supérieure. Entre 2000 et 2008 la croissance des importations a atteint 300%<sup>4</sup>. Pour ce qui est des dix-sept dernières années (2000/ 2016) l'évolution est présentée dans le tableau n° 3-2 ci-après :

---

<sup>1</sup> BENDERRA, O. & HIDOUCI, G., Mai 2004, **Algérie : économie, prédation et État policier**, Dossier n° 14. PP. 4-5.

<sup>2</sup> www.ONS.dz

<sup>3</sup> Le crédit documentaire permet le transfert des devises vers l'étranger avant même la réception des marchandises. Souvent, les marchandises importées ne sont pas conformes ni en valeur ni en qualité par rapport à ce qui est indiqué sur la facture d'importation.

<sup>4</sup> BOUJEMAA R., 2011, **Economie de développement en Algérie**, Volume 3, 2 édition El Khaldounia, p.204

Tableau N° 3-2: L'évolution des importations algériennes de 2000 à 2016

Unité : milliers de Dollar Américain

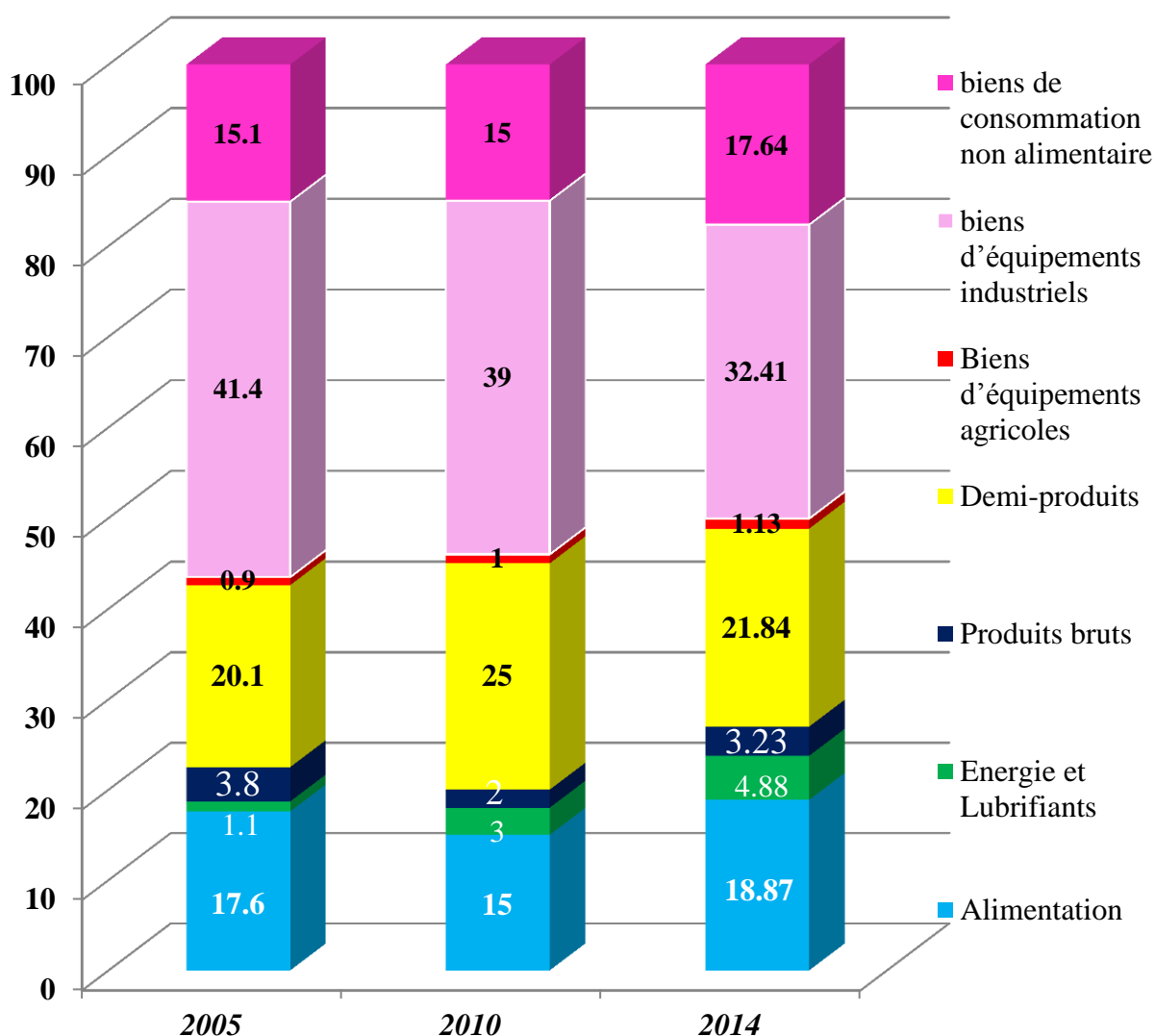
Année	Valeur importée
2001	9 945 719
2002	12 009 775
2003	13 545 430
2004	18 303 023
2005	20 356 880
2006	21 455 855
2007	27 631 204
2008	39 474 722
2009	39 258 327
2010	40 999 891
2011	47 219 730
2012	50 369 391
2013	54 909 973
2014	58 618 080
2015	51 803 071
2016	47 090 684

Source : International Trade Centre market analysis tools,  
<http://www.intracen.org/marketanalysis>

De 2005 à 2014, les importations ont connu une augmentation de 38 261 millions USD (valeur calculé à partir du tableau n° 3-2). Il y'a une augmentation annuelle à l'exception des années 2009, 2015 et 2016. Pour l'année 2009, les importations ont enregistré une baisse de 216 millions USD par rapport à l'année 2008, cette baisse, qui n'est pas réellement significative par rapport au total des importations, n'est due en réalité qu'à la baisse des exportations des hydrocarbures pour la même année. Concernant les années 2015 et 2016, les importations ont enregistré une baisse très importante de 11 528 millions USD par rapport à l'année 2014, et ce à cause de la baisse des prix de pétrole depuis la fin de l'année 2014.

Les principaux produits importés par l'Algérie sont classés selon l'Agence Nationale de Promotion des Exportations (ALGEX) en 07 catégories qui sont : l'alimentation, l'énergie et lubrifiants, les produits bruts, les demi-produits, les biens d'équipements agricoles, les biens d'équipements industriels et enfin les biens de consommation non alimentaire.

**Graphique N° 3-8: Evolution de la part des importations de l'Algérie par catégories pour la période 2005/ 2014 (pourcentage)**



**Source :** Conception personnelle à partir des données de [www.algex.dz](http://www.algex.dz) (avril 2015).

Dans les détails, l'Algérie importe pratiquement tous les produits. Commenant par ceux d'une grande nécessité tels que l'énergie (lubrifiant et autres), les équipements industriels, les médicaments dont la facture d'importation est très lourde. Les produits alimentaires occupent également les premières positions dans les importations algériennes notamment le lait et les céréales.

### 3.3 Déséquilibres régionaux et développement régional

L'Algérie a connu une grave urbanisation entre 1980 et 2010, avec une population urbaine qui est passée de 40% en 1977 à près de 70% en 2010. Une importante migration vers les villes est l'une des causes de la dégradation des conditions de vie des populations tant en zone urbaine que rurale, et qui représente un défi majeur pour l'économie algérienne<sup>1</sup>.

Le développement économique global et durable est considéré comme l'une des principales préoccupations des décideurs politiques à cause de ses implications à long terme au niveau économique et politique. L'économie algérienne demeure confrontée à de considérables déséquilibres régionaux. La plupart des activités économiques sont regroupées dans la frange maritime, qui ne forme qu'environ 4% de l'ensemble du territoire nationale, c'est là où la densité de la population algérienne est importante. De larges territoires au sud, représentant près de 87% de la surface du pays, demeurent sous peuplés (9% de la population) et dotés de manière insuffisante en infrastructures économiques et sociales. Afin de diminuer ces déséquilibres régionaux et d'encourager un développement en dehors du secteur des hydrocarbures l'Etat fit des mécanismes du développement régional et de l'aménagement territorial une priorité (son cheval de bataille).

### 3.4 Le climat des affaires défavorable au développement du secteur privé

Le secteur privé joue un rôle très important dans l'économie, il est considéré comme un moteur de croissance. Le climat des affaires défavorable est l'une des principales contraintes qui empêchent le développement du secteur privé en l'Algérie. Afin de doter l'Algérie d'un climat des affaires favorable à l'initiative privée, il faut examiner plus en profondeur les réformes dont on peut citer les importantes:

- poursuivre la mise à niveau et le développement des infrastructures ;
- accroître l'efficacité de certains services publics (justice, impôts, douanes, etc.) ;
- améliorer les procédures administratives et faciliter les conditions d'accès des PME au financement.

---

<sup>1</sup> Groupe de la banque africaine de développement, 2011. Note de dialogue. 2011-2012. P. 12.

### 3.5 Insuffisance de l'efficacité du secteur bancaire et financier :

Bien que des nouvelles réformes soient entreprises par le gouvernement algérien afin d'améliorer le cadre de l'exercice de l'activité bancaire, de renforcer la solidité du secteur et d'améliorer le fonctionnement des banques publiques pour accroître l'efficacité, la sécurité et la qualité des services financiers au profit de la sphère réelle, le système bancaire algérien, participe de manière insuffisante au financement du secteur privé<sup>1</sup>. Le marché des capitaux reste pareillement en retard et n'offre qu'un nombre limité d'outils et de sources alternatives au financement bancaire. Ce qui impose aux autorités de prendre des mesures qui assistent les banques dans la modernisation de leurs pratiques et procédures, de mettre en place des instruments plus adaptés au financement de l'investissement privé et de renforcer le contrôle des banques.

### 3.6 L'impact de l'investissement public

D'importantes ressources d'investissement peuvent être mal affectées et gaspillées plutôt qu'orientées dans la voie d'une croissance durable. Le système du gouvernement algérien des investissements publics comporte plusieurs insuffisances :

- les coûts des projets sont importants;
- la préparation technique du personnel d'exécution et la qualité des projets sont inégales, les projets contribuent ainsi faiblement à l'atteinte des objectifs stratégiques sectoriels;
- les calendriers initiaux établis pour l'exécution des grands projets ne sont pas généralement respectés. Le nombre important des acteurs impliqués dans la réalisation du programme d'investissements publics constitue, ainsi, un grand problème pour l'administration algérienne;
- de nombreuses déficiences trouvent leur origine dans l'urgence qui accompagne la préparation de projet de grande échelle. La diversité de demandes spécifiques auxquelles les projets sont supposés répondre et le chevauchement des responsabilités entre les diverses autorités.

---

<sup>1</sup> BENDERRA, O. & HIDOUCI, G., Mai 2004. **Algérie : économie, prédation et État policier**, Dossier n° 14.

Mai 2004, [http://www.algerie-tpp.org/tpp/pdf/dossier\\_14\\_economie.pdf](http://www.algerie-tpp.org/tpp/pdf/dossier_14_economie.pdf), P. 14.

Les services du FMI ont insisté sur la nécessité de gérer judicieusement les ressources hydrocarbures pour maintenir la stabilité macroéconomique et renforcer la compétitivité de l'économie hors secteur des hydrocarbures. Ils ont recommandé d'inscrire la politique budgétaire à long terme. Il sera nécessaire aussi de bien coordonner les politiques budgétaires et monétaires, et de continuer à utiliser de manière transparente les recettes du secteur des hydrocarbures. Dans ce cadre, le gouvernement devra, continuer son effort pour améliorer et renforcer les capacités de l'administration concernant la coordination des politiques publiques ainsi que la conception et la mise en œuvre des programmes d'investissements publics.

## **Conclusion :**

Dès 1980, le monde a connu des changements considérables en ce qui concerne l'investissement, la technologie, l'énergie et les autres ressources naturelles, le coût des transports et les institutions. Ainsi, les relations économiques internationales ont connu plusieurs bouleversements. Ces changements avaient un impact direct sur l'économie mondiale surtout sur le commerce international. Entre 1980 et 2001, le commerce international des marchandises a augmenté de plus de 7% par an en moyenne. C'est ainsi que en 2011 la croissance des échanges a été tout aussi impressionnante puisque les volumes échangés étaient quatre fois supérieures à ceux de 1980 et la part des économies en développement atteignait 47%.

L'Algérie demeure un pays mono exportateur d'hydrocarbures depuis son indépendance, malgré la priorité donnée, surtout dernièrement par le gouvernement à la diversification des exportations dans les plans de développement de son économie. Cette situation fait que la santé de l'économie algérienne est dépendante au balancement du prix mondial du pétrole soit à la hausse ou à la baisse.



**Chapitre 04 :**  
**Les exportations algériennes changements  
structurels et compétitivité**

## Introduction

L'analyse de la part de marché à l'exportation de l'Algérie est considérée comme un enjeu très important pour mesurer sa compétitivité. Le but de ce chapitre est d'appliquer la méthode de Constant Market Share Analysis « CMSA » à la part de marché à l'exportation de l'Algérie, et ce afin de connaître vraiment la position de l'économie algérienne en terme de compétitivité au niveau mondiale durant la période 2001-2015.

Dans la première section de ce chapitre, l'accent sera mis sur une vue d'ensemble sur les exportations de l'Algérie. Ensuite, dans la deuxième section, le curseur sera posé sur la présentation de la méthodologie de travail et littérature récente sur l'analyse de l'évolution des parts de marché à l'exportation. Enfin, à travers la troisième section de ce chapitre intitulé « Analyse de la compétitivité algérienne à travers la méthode Constant Market Share Analysis «CMSA », nous soulignons les différents facteurs à l'origine de la faible part de l'Algérie dans le marché international entre 2001 - 2015.

## Section 01 : les exportations de l'Algérie un vue d'ensemble.

Dans cette section, on analysera tout d'abord la tendance générale des exportations algériennes, puis on se focalisera sur l'évolution de la structure de ces exportations. Enfin, on analysera la destination géographique des exportations algériennes.

### 1.1 Tendance générale des exportations algériennes de 2001 à 2015

Sur la période 2001-2014, et comme le montre le tableau n° 4-1 ci-après, les exportations algériennes ont enregistré un taux de croissance annuel moyen de 8,14 % soit un rythme supérieur à celui des importations mondiales (7,94%).

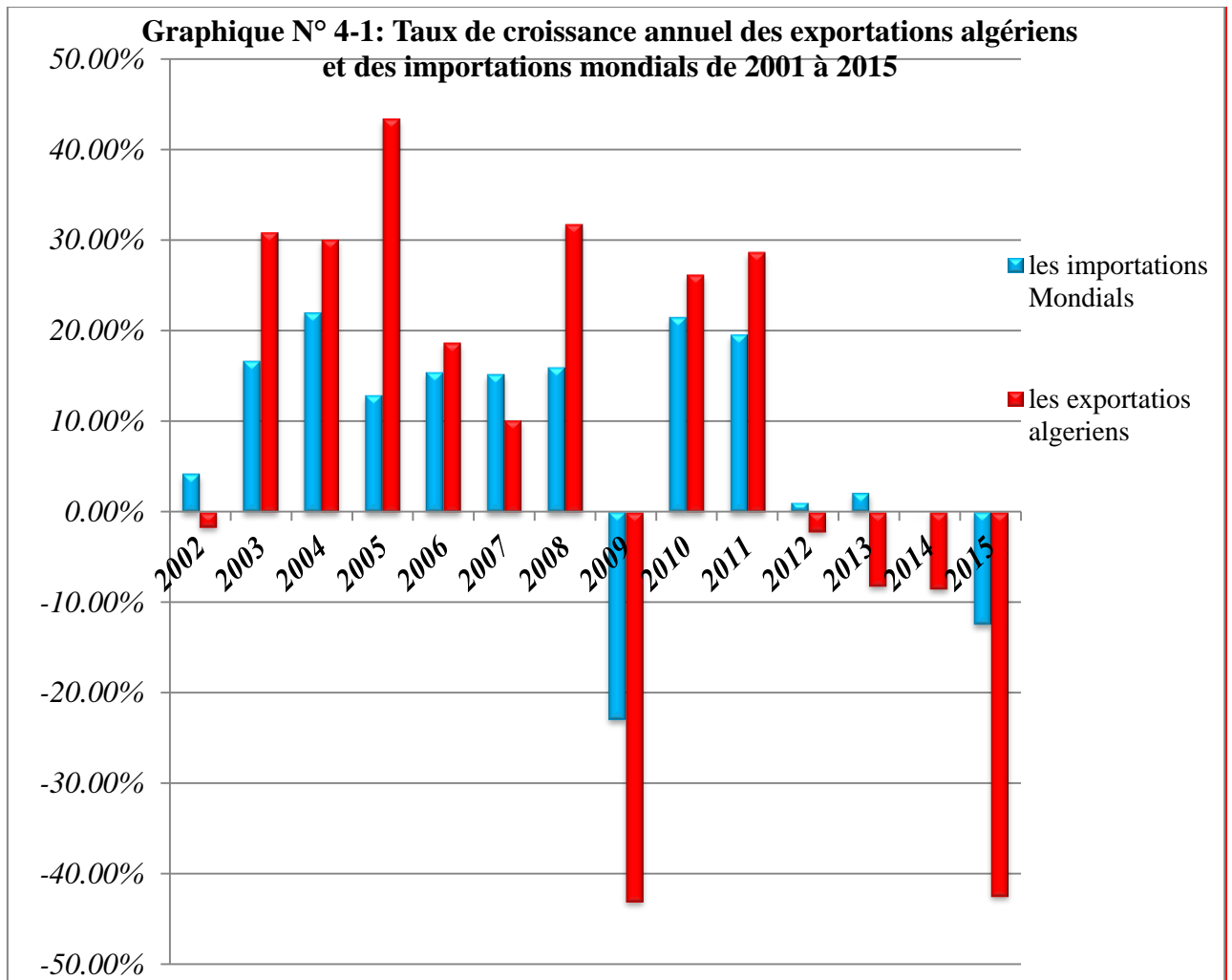
Tableau N° 4-1: L'évolution des exportations algériennes de 2001 à 2015

Unité : milliers de Dollar Américain

Année	Valeur exportée	Croissance annuel	Taux de croissance annuel %
2001	19147619	-	-
2002	18832409	-315210	-1,65%
2003	24653656	5821247	30,91%
2004	32076792	7423136	30,11%
2005	46001735	13924943	43,41%
2006	54612722	8610987	18,72%
2007	60163160	5550438	10,16%
2008	79297592	19134432	31,80%
2009	45193920	-34103672	-43,01%
2010	57050974	11857054	26,24%
2011	73436306	16385332	28,72%
2012	71865749	-1570557	-2,14%
2013	65998138	-5867611	-8,16%
2014	60387689	-5610449	-8,50%
2015	34795951	-25591738	-42,38%

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools,  
<http://www.intracen.org/marketanalysis>

Durant toute la période, les exportations algériennes ont enregistré un taux de croissance maximum de 43,41 % en 2005. En 2009 les exportations algériennes ont enregistré une baisse très importante de -43,01 %, elle s'explique par les répercussions négatives de la crise financière internationale sur le commerce mondial et ses implications sur le commerce extérieur algérien. Une autre baisse de -42,38 % a été enregistrée en 2015 à cause d'une chute vertigineuse des prix de pétrole qui a commencé dès la fin de l'année 2014.

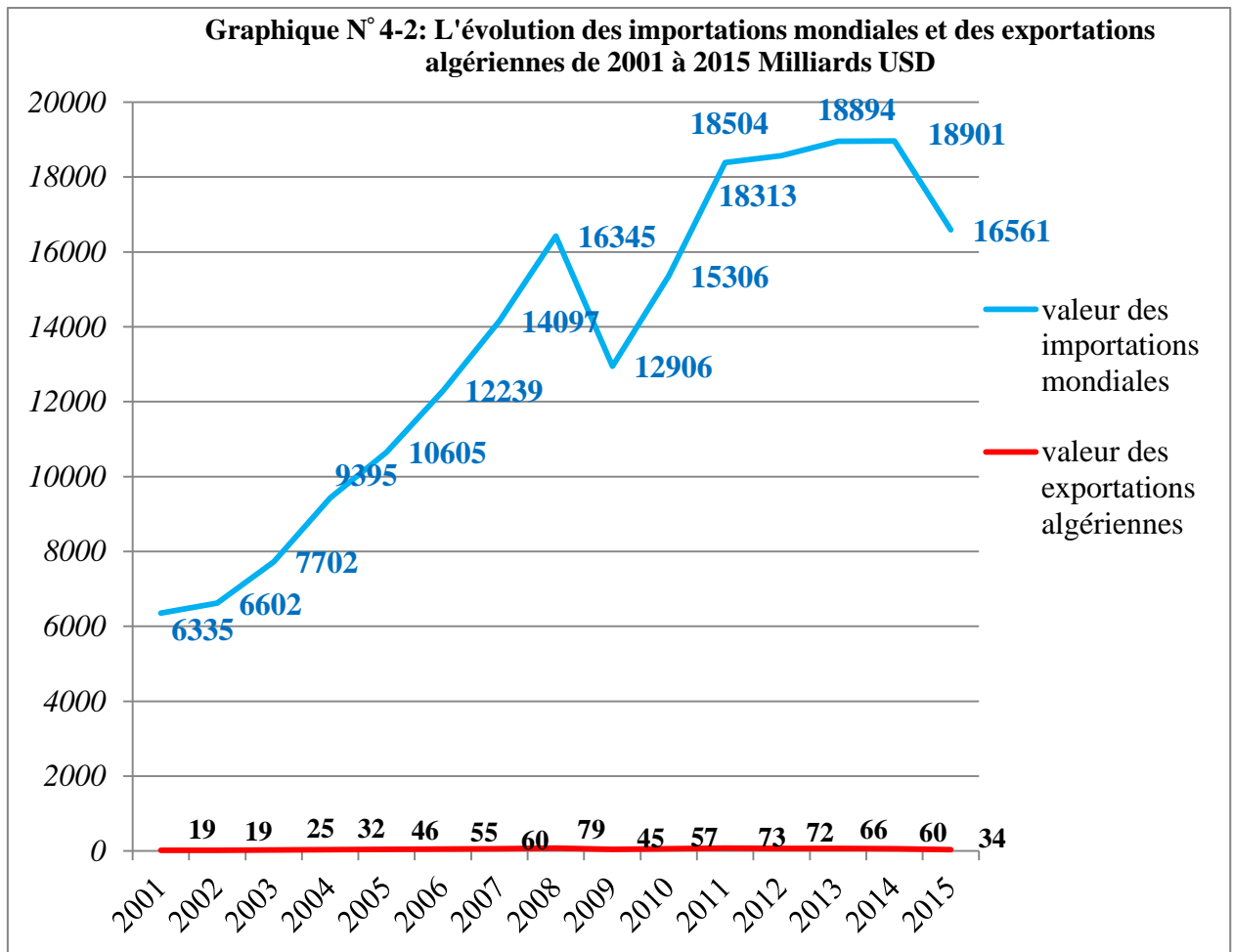


Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

Pour la croissance annuelle des exportations algériennes, huit années de croissance soutenue avec un taux moyen de plus de 23,39 % sont suivies d'une diminution en 2009, après la crise financière de 2008, qui a marqué le début d'une autre période de croissance avec des taux qui ne dépassent pas les 27 %. Cette période s'étend jusqu'en 2011, suite à une baisse peu lente durant les trois années suivantes. En 2015, les exportations algériennes ont connu une baisse très importante dépassant le 42 % comme indiqué dans le graphique N° 4-1.

### 1.1.1 La variation des importations mondiales et des exportations algériennes de 2001 à 2015

Sur l'ensemble de la période 2001-2015, la demande mondiale des importations croît de 7,94 % en moyenne par an, le profil de cette croissance se caractérise par quatre phases qui sont visibles sur le graphique N° 4-2.



Source : Etablie à partir d'International Trade Centre mark et analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

L'analyse des exportations Algériennes comparativement aux importations mondiales permet d'expliquer l'évolution de la part de marché de notre pays. Cette dernière affiche une quasi-stagnation aux alentours de 0,36%, en moyenne annuelle au cours de la période 2001-2015. Il convient, toutefois, de relever que sur la période 2002-2008, la part de marché s'inscrit dans une tendance haussière, après une année de baisse. Ce taux a atteint son niveau le plus élevé (0,49%) en 2008, à cause notamment de la croissance importante des exportations des

hydrocarbures au cours de cette année. La part de marché la plus faible (0,21%) a été enregistrée en 2015, en raison d'une baisse vertigineuse des prix de pétrole.

### 1.1.2 La part de marché à l'exportation de l'Algérie

Dans une nouvelle situation mondiale déterminée par une concurrence accrue, le défi le plus complexe auquel sont confrontés les pays en développement, dont l'Algérie, est sans doute celui de rendre leurs économies compétitives; et de rétablir les déséquilibres causés par la mondialisation. La compétitivité internationale est plus que jamais un impératif économique et socioculturel. Cet impératif s'est imposé progressivement comme un fait incontournable à tous ceux qui interviennent sur le marché. L'exigence pour l'Algérie de s'intégrer dans l'économie régionale et mondiale, et de faire face à cet avènement incontournable de la mondialisation, devait passer par l'instauration d'une économie compétitive qui se traduit par une transformation structurelle de son économie, notamment la dépendance vis-à-vis de l'exportation des hydrocarbures.

L'analyse de la part de marché à l'exportation de l'Algérie montre pendant la période de 2001 à 2015 une quasi-stagnation autour de 0,36% en moyenne annuelle<sup>1</sup>, alors que certains pays ont amélioré leurs performances à l'export durant cette période. C'est le cas de l'Égypte qui a vu sa part de marché mondial croître entre 2001 et 2015 de 0,07% à 0,13%<sup>2</sup>, de la Turquie (de 0,4% à 0,9%), de la Pologne (de 0,5% à 1,17%), du Brésil (de 0,9% à 1,3%), de l'Inde (de 0,7% à 1,7%) et surtout de la Chine dont la part est passée de 3,9% à 12,3%.

---

<sup>1</sup> La part de marché à l'exportation d'un pays est calculée comme le total des exportations du pays divisé par le total des importations mondiales.

<sup>2</sup> Calculé à partir d'**International Trade Centre mark et analysis tools**,  
<http://www.intracen.org/marketanalysis>

**Tableau N° 4-2: Evolution de la part de marché à l'exportation d'un échantillon des pays émergents.**

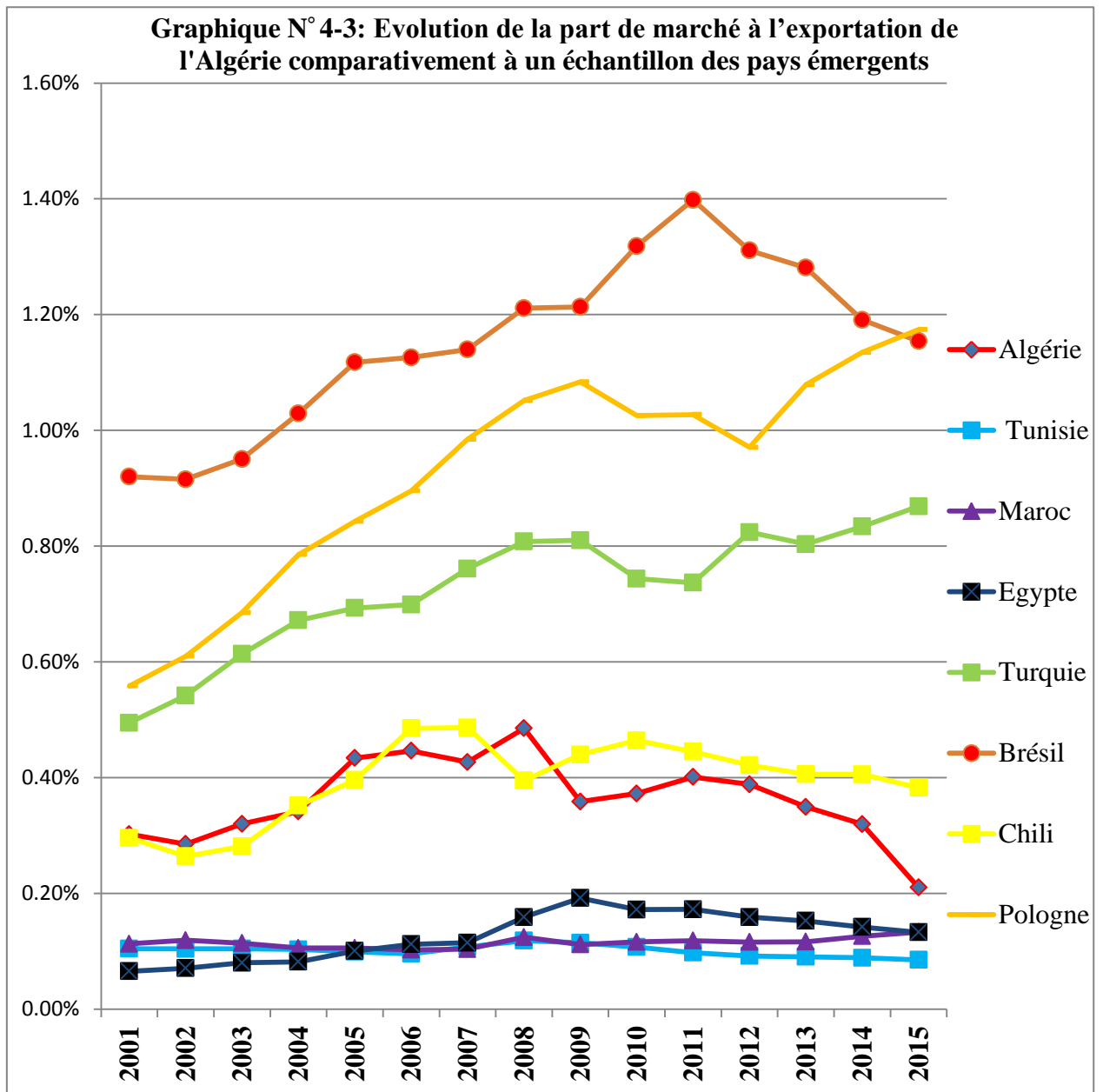
	<i>Algérie</i>	<i>Tunisie</i>	<i>Maroc</i>	<i>Egypte</i>	<i>Turquie</i>	<i>Brésil</i>	<i>Chili</i>	<i>Pologne</i>
<b>2001</b>	0,30%	0,10%	0,11%	0,07%	0,49%	0,92%	0,30%	0,56%
<b>2002</b>	0,29%	0,10%	0,12%	0,07%	0,54%	0,92%	0,26%	0,61%
<b>2003</b>	0,32%	0,10%	0,11%	0,08%	0,61%	0,95%	0,28%	0,68%
<b>2004</b>	0,34%	0,10%	0,11%	0,08%	0,67%	1,03%	0,35%	0,79%
<b>2005</b>	0,43%	0,10%	0,11%	0,10%	0,69%	1,12%	0,40%	0,84%
<b>2006</b>	0,45%	0,10%	0,10%	0,11%	0,70%	1,13%	0,49%	0,90%
<b>2007</b>	0,43%	0,11%	0,10%	0,11%	0,76%	1,14%	0,49%	0,98%
<b>2008</b>	0,49%	0,12%	0,12%	0,16%	0,81%	1,21%	0,39%	1,05%
<b>2009</b>	0,36%	0,11%	0,11%	0,19%	0,81%	1,21%	0,44%	1,08%
<b>2010</b>	0,37%	0,11%	0,12%	0,17%	0,74%	1,32%	0,46%	1,03%
<b>2011</b>	0,40%	0,10%	0,12%	0,17%	0,74%	1,40%	0,44%	1,03%
<b>2012</b>	0,39%	0,09%	0,12%	0,16%	0,82%	1,31%	0,42%	0,97%
<b>2013</b>	0,35%	0,09%	0,12%	0,15%	0,80%	1,28%	0,41%	1,08%
<b>2014</b>	0,32%	0,09%	0,13%	0,14%	0,83%	1,19%	0,41%	1,13%
<b>2015</b>	0,21%	0,08%	0,13%	0,13%	0,87%	1,15%	0,38%	1,17%

**Source :** Etablie à partir d'**International Trade Centre market analysis tools**,  
<http://www.intracen.org/marketanalysis>

Au cours de la période 2001-2015, le profil de la part de marché global des exportations algériennes est en forme de «Λ» avec une augmentation globale de 0,19 point de pourcentage. Comme le montrent le tableau 4-2, la part des exportations de l'Algérie dans le commerce mondial passe de 0,30 % en 2001 à 0,49 % en 2008, suivie d'une baisse à 0,21% en

2015. Ces variations peuvent également être exprimées en pourcentage de la part de marché totale d'exportation initiale pour chaque sous-période. En termes de pourcentage, l'Algérie a donc gagné 75,9% de sa part de marché mondiale d'exportation de 2001 jusqu'en 2008 et a perdu - 127,9 % de sa part de marché mondiale d'exportation de 2008 jusqu'en 2015.

Une lecture plus claire de tableau n° 4-2 est permise par le graphique ci-après :



Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

Comme le montre le graphique plus haut, parallèlement à cette quasi-stagnation de la part de marché mondial de l'Algérie, plusieurs pays émergents ont amélioré leurs performances à



l'export durant cette période. C'est le cas de Chili qui a vu sa part de marché mondial croître entre 2001 et 2015 de 0,30 % à 0,38%, de la Pologne (de 0,5% à 1,1%), de la Turquie (de 0,4% à 0,9%) et de l'Egypte (de 0,08% à 0,19%).

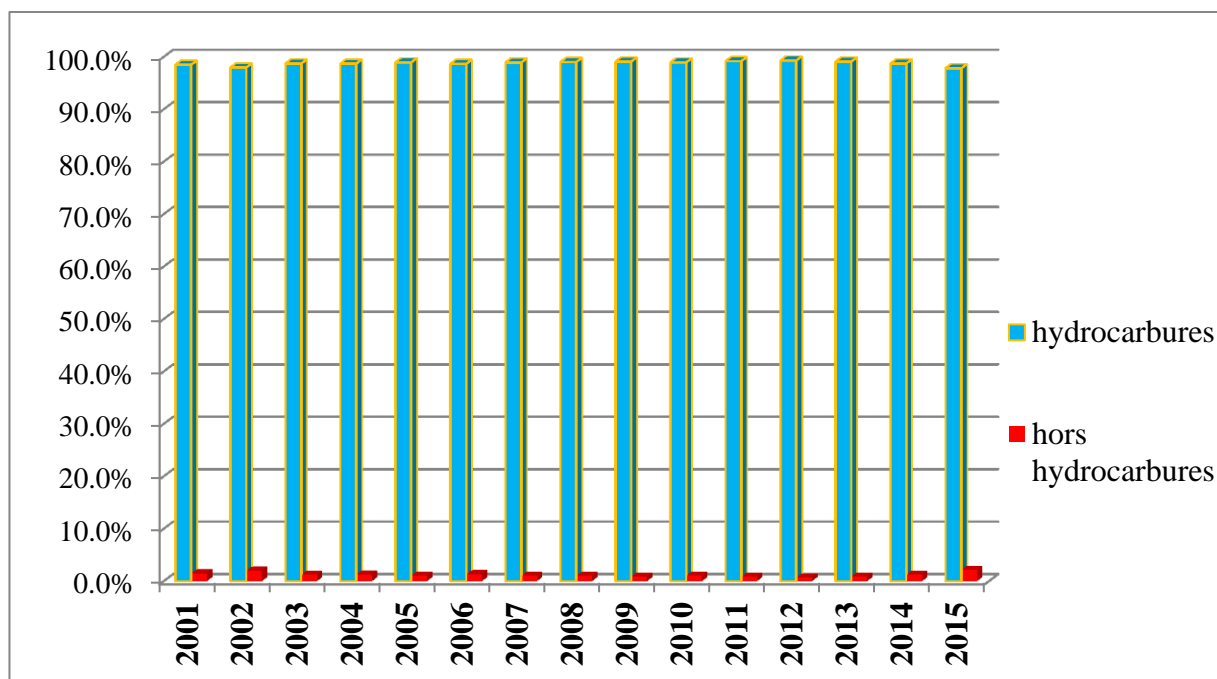
## 1.2 Prédominance du secteur des hydrocarbures dans les exportations algériennes de 2001 à 2015

Plus de 50 ans après l'indépendance, on n'enregistre pas de grands changements en ce qui concerne la structure des exportations de l'Algérie. A part l'évolution en valeur et en volume qui dépend hautement de la variation des prix du pétrole sur le marché international. Ainsi que sa libéralisation, la dominance des hydrocarbures à l'exportation demeure confirmée pendant des décennies.

### 1.2.1 La structure des exportations algériennes

La répartition des exportations algériennes, d'après les statistiques durant la période 2001 – 2015, est illustrée par le graphique suivant.

**Graphique N° 4-4: Evolution de taux des exportations algériennes des hydrocarbures comparativement aux exportations hors Hydrocarbures**



Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

Du fait de la faiblesse des secteurs économiques en Algérie, comme l'agriculture, l'industrie, les services aux niveaux de la qualité des produits et de la productivité, les exportations se limitent surtout aux produits miniers.

Plusieurs pays sont comparables à l'Algérie, durant la période 2000 – 2015, en l'occurrence des pays en développement OPEP et non OPEP. Comme le montre les données du tableau ci-après, la part des hydrocarbures dans leurs exportations a décliné depuis 2001, pour certains plus que pour d'autres, tandis que l'Algérie reste dans ce domaine à la traine.

**Tableau N° 4-3 : Evolution de la part en % des hydrocarbures dans les exportations de quelques pays en développement OPEP et non OPEP.**

<b>Année</b>	<b>Algérie</b>	<b>Iran</b>	<b>Arabie saoudite</b>	<b>Oman</b>	<b>Emirats arabes unis</b>	<b>Egypte</b>	<b>Qatar</b>	<b>Nigéria</b>
<b>2000</b>	97,20%	89,10%	91,50%	82,90%	76,60%	43,10%	92%	99,50%
<b>2005</b>	98,93%	88,26%	92,52%	84,52%	44,66%	52,01%	91,28%	98,24%
<b>2010</b>	98,92%	83,25%	88,99%	72,14%	55,1%	31,20%	91,93%	88,10%
<b>2015</b>	97,83%	72,53	81,72%	65,61%	15,80%	19,56%	86,25%	87,89%

Source : Etablie à partir d'**International Trade Centre market analysis tools**, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

### **1.2.2 L'évolution des exportations algériennes et les prix de pétrole**

Les marchés du pétrole ont connu à partir du début des années 2000 une transformation importante, avec une évolution vers la hausse des prix de pétrole et du gaz. La période 2003-2008 était caractérisée par une forte hausse de la demande mondiale du pétrole, à cause de la forte croissance économique mondiale et le développement accéléré des pays émergents comme la Chine, l'Inde et Brésil d'une part et la baisse du niveau de l'offre du pétrole d'une autre part.

Tableau N° 4-4: Evolution des exportations algériennes durant la période (2001-2015)

Unité : milliers de Dollar Américain

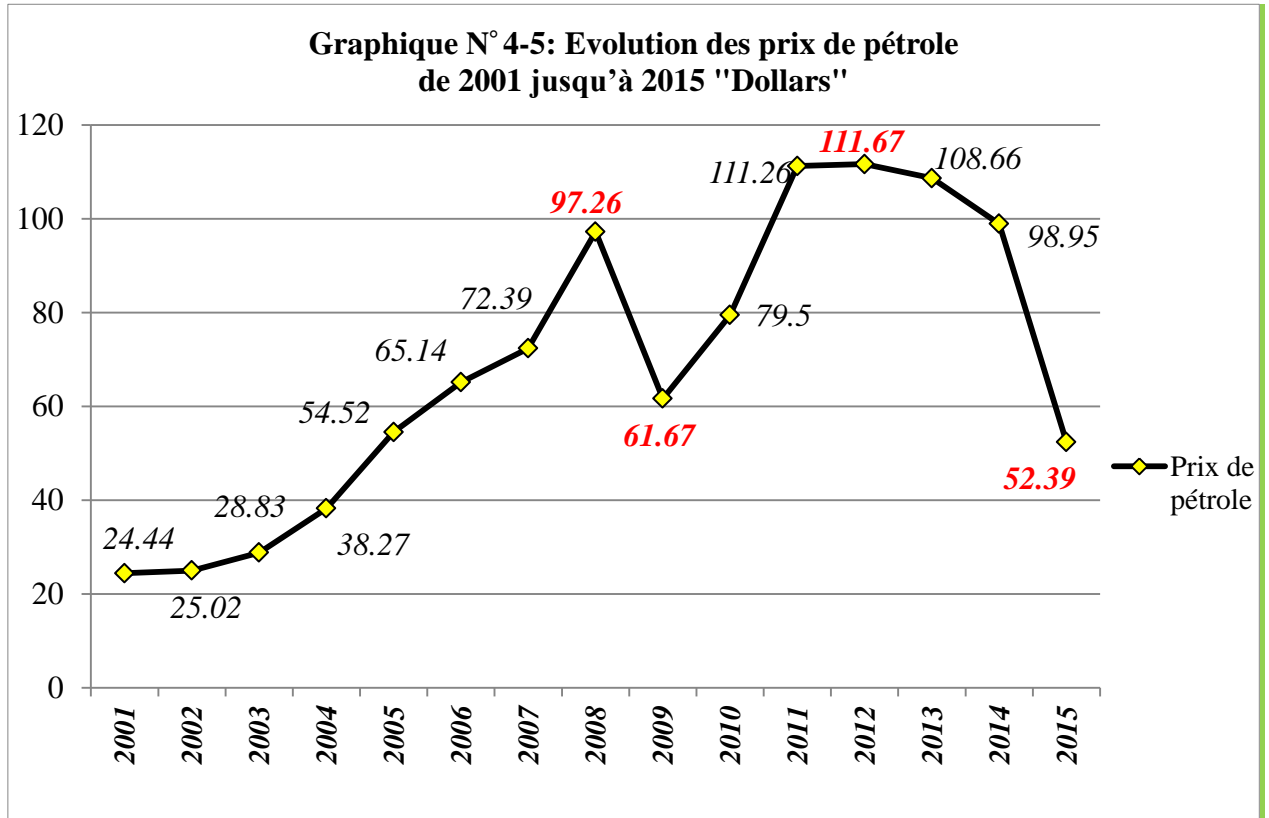
Année	Le total des exportations	Exportations des hydrocarbures	exportations hors hydrocarbures
2001	19147619	18858212	289407
2002	18832409	18448517	383892
2003	24653656	24339468	314188
2004	32076792	31661248	415544
2005	46001735	45517067	484668
2006	54612722	53880897	731825
2007	60163160	59512678	650482
2008	79297592	78504898	792694
2009	<b>45193920</b>	<b>44788855</b>	405065
2010	57050974	56448448	602526
2011	73436306	72825650	610656
2012	71865749	71368543	497206
2013	65998138	65402657	595481
2014	60387689	59621693	765996
2015	<b>34795951</b>	<b>34038302</b>	757649

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

Le tableau n° 4-4 représente l'évolution des exportations algériennes durant la période 2001 - 2015 en milliers de Dollar Américain. Comme le montre le tableau, les exportations algériennes des années 2009 et 2015 enregistrent une baisse totale des exportations en hydrocarbures.

De 2001 à la fin de 2014, sauf pour l'année 2009 où les prix ont baissé pour la première fois durant cette ère de hausse des cours des pétroliers. Ceci est dû à une diminution de la demande et une baisse de la consommation suite à la crise financière et économique, cette baisse

n'est durable dans le temps, car à partir de 2010, les prix du pétrole augmentent de nouveau au-delà de 2011. L'instabilité géopolitique, qui règne dans de nombreux pays producteurs de pétrole, maintient le baril du Brent au-dessus de seuil de 100 dollars. A titre d'exemple, en 2011 avec la crise libyenne, le prix avait atteint 124 dollars<sup>3</sup>.



**Source :** Etablie à partir des données mondiales

A partir du graphe ci-dessus, nous remarquons que la série des prix du pétrole a connu des fluctuations durant la période de l'étude. Cette dernière a connu une tendance globale à la hausse. Nous signalons aussi les contrechocs pétroliers survenus au cours des années 2008, 2014, 2015 qui ont été marquées par les chutes des prix de pétrole.

Depuis 2014, les prix du pétrole n'ont pas cessé de baisser pour atteindre environ 50% durant le second semestre de cette année jusqu'à la fin de l'année 2015. Ce qui est encore plus difficile pour l'économie algérienne, avec un cours qui a atteint 37,71 Dollars pour le BRENT le 12 décembre 2015. D'un autre côté, cette situation baissière s'est aggravée par le niveau élevé des importations des biens.

<sup>3</sup> ANTONIN. C., 2001, **Pétrole : vers un troisième choc pétrolier ?**, in revue de l'OFCE N° 123, Avril 2001, p 77.

### 1.3 La destination géographique des exportations algériennes de 2001 à 2015

Les exportations algériennes sont destinées à l'Espagne, aux Etats-Unis d'Amérique, la France, au Brésil, aux Pays-Bas, à la Turquie, Canada, le Royaume-Uni, à la Belgique, au Portugal et à la Tunisie. Ces dix premiers clients de l'Algérie représentent, à eux seuls, plus de 82% durant la période 2001 et 2015 comme le montre le tableau ci-après. Ceci peut s'expliquer par la structure des exportations algériennes, composées majoritairement d'hydrocarbures, et permet de comprendre les tendances enregistrées par les composantes des exportations algériennes.

**Tableau N° 4-5: Evolution de la part des exportations de l'Algérie par principaux pays de destination**

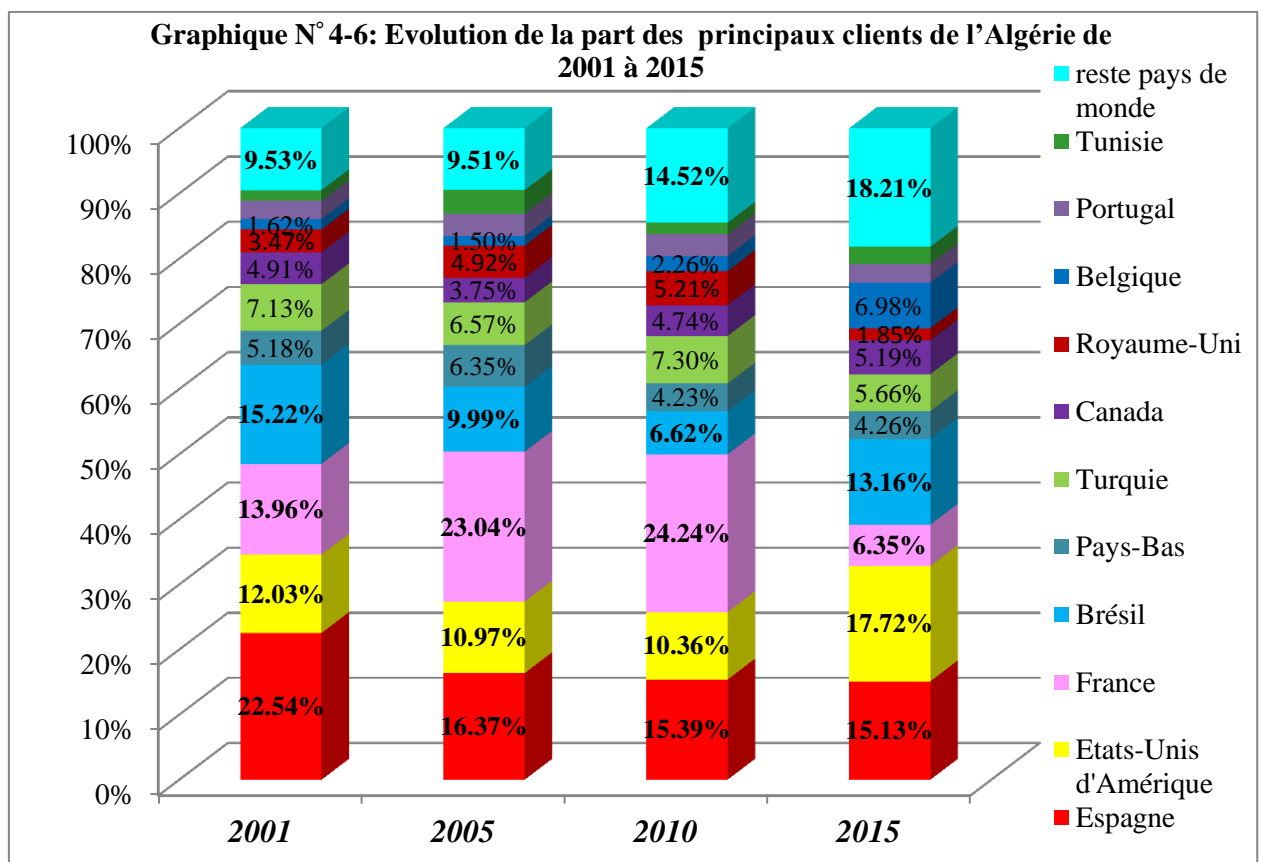
	Espagne %	Etats-Unis d'Amérique %	France %	Brésil %	Pays-Bas %	Turquie %	Canada %	Royaume-Uni %	Belgique %	Portugal %	Tunisie %	Reste pays de monde %
2001	22,5	12,1	13,9	15,2	5,1	7,1	4,9	3,4	1,6	2,7	1,6	9,5
2002	20,7	11,9	13,7	13,5	4,8	8,9	5,1	4,9	2,0	2,4	1,7	9,8
2003	19,1	12,1	19,9	12,6	4,5	6,8	4,3	5,6	1,5	2,8	2,2	8,0
2004	16,1	11,2	23,6	11,3	5,5	7,4	4,2	5,8	1,5	2,2	2,6	8,0
2005	16,3	10,9	23,1	9,9	6,3	6,5	3,7	4,9	1,5	3,3	3,6	9,5
2006	17,0	10,9	27,2	8,3	3,4	5,2	3,4	6,5	2,9	3,6	2,9	8,1
2007	13,2	8,8	30,1	6,8	3,0	7,5	3,3	7,7	2,6	1,9	1,5	13,0
2008	15,5	11,4	23,9	8,0	3,3	7,7	3,6	6,8	2,8	2,5	2,5	11,5
2009	12,6	11,9	22,9	9,7	3,2	7,2	4,4	5,3	2,5	2,5	2,1	15,2
2010	15,3	10,3	24,2	6,6	4,2	7,2	4,7	5,2	2,2	3,3	1,7	14,5
2011	14,2	9,7	20,5	8,8	4,4	6,6	3,4	6,0	3,8	2,8	2,5	16,6
2012	16,0	10,8	14,9	8,5	4,7	7,3	3,6	7,0	5,1	2,6	2,3	16,6
2013	13,6	15,6	8,0	10,2	4,0	7,3	4,0	4,6	10,9	3,1	2,4	15,8
2014	13,5	15,3	7,9	10,6	4,4	7,8	4,3	2,2	8,4	2,9	2,9	19,4
2015	15,1	17,7	6,3	13,1	4,2	5,6	5,1	1,8	6,9	2,8	2,6	18,2

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

Pendant la période de 2001 à 2015, et comme le montre le tableau ci-après, les pays d'Unions Européenne sont les principaux partenaires de l'Algérie, avec une proportion moyenne de 56,58% pour les exportations. Pour les pays de l'OCDE (Hors UE), ils viennent en deuxième position comme clients de l'Algérie avec une proportion de 14,36% des produits Algériens destinés à l'étranger.

Les exportations algériennes vers les pays asiatiques demeurent relativement faibles avec une part de 10.2%. Les exportations algériennes vers les autres régions sont marquées par de faibles proportions.

Une lecture plus claire de tableau n° 4-6 est permise par le graphique ci-après :



Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools,

<http://www.intracen.org/marketanalysis>

En effet, longtemps parmi les premiers clients de l'Algérie notamment de par leur forte demande en hydrocarbures, les Etats-Unis d'Amérique sont passés en deuxième position en 2012, avant de passer à la première position au courant de l'année 2015. Par ailleurs, l'Espagne, est le deuxième client de l'Algérie pendant les trois dernières années.

## Section 02 : Présentation de la méthodologie de travail et littérature récente sur l'analyse de l'évolution des parts de marché à l'exportations.

L'analyse de l'évolution des parts de marché à l'exportation d'un pays est un élément essentiel dans l'évaluation de leur compétitivité. Cette analyse est souvent menée à l'aide de méthodes de décomposition. Ces derniers divisent la variation de la part de marché en une composante liée à la performance exportatrice (la compétitivité du pays) et une composante structurelle qui tient compte de l'évolution du commerce mondial en termes géographiques (effet marché) et de produits (effet produit).

Le but de cette méthode est de déterminer dans quelle mesure la spécialisation des exportations d'un pays en termes de marchés et de produits expliquent la croissance ou le déclin de sa part de marché mondial d'exportation.

### 2.1. Méthodologie de travail

La méthode de « Constant Market Share Analysis » (CMSA) a été suggérée par « Tyszynski » (1951) puis développée et modifiée successivement par plusieurs auteurs, dont Richardson (1971) et Milana (1988).

Il existe en effet plusieurs méthodes de décomposition qui peuvent être utilisées pour des applications empiriques de CMSA. Celui que nous avons choisi a été développé à Michel (2005)<sup>1</sup> et Michel et Matte (2010)<sup>2</sup>. Sa forme analytique est présentée au chapitre deux. La formulation de CMSA utilisée dans Michel et Matte (2010), tirée de Milana (2004).

Cette méthode divise la variation de la part de marché de l'Algérie en quatre effets cités ci-après (effet compétitivité et trois effets structurels) entre la période 2001 et 2015:

- ❖ **Effet de compétitivité** : mesure les gains ou pertes de parts de marché de l'Algérie hors évolution dans la structure du commerce mondial ;
- ❖ **Effet produit** : mesure les gains ou pertes de parts de marché de l'Algérie dus à l'évolution de la structure produit du commerce mondial ;

---

<sup>1</sup>MICHEL, B., 2005, **Trends in export market shares between 1991 and 2001**, Working Paper 7-05, Bureau fédéral du Plan, Bruxelles.

<sup>2</sup>MICHEL, B. ET MATTE, B. 2010, **La part de marché à l'exportation de la Belgique 1993-2008 changements structurels et compétitivité**, Working Paper 6-10, Bureau fédéral du Plan Bruxelles.

- ❖ **Effet marché géographique** : mesure les gains ou pertes de parts de marché de l'Algérie due à l'évolution de la structure géographique du commerce mondial ;
- ❖ **Effet combiné produit - marché géographique** : mesure les gains ou pertes de parts de marché de l'Algérie dus à l'amélioration ou la détérioration du placement des produits sur les marchés géographiques.

## 2.2. Sources des données utilisées pour le calcul de la part de marché à l'exportation de l'Algérie

Les données du commerce international pour l'application empirique, durant la période 2001 – 2015, ont été tirées de la base de données d'International Trade Centre (ITC). Cette base fournit des données en dollars courants de tous les flux commerciaux internationaux de biens et services. Elle a la particularité de disposer de données croisées par pays et par filières de production.

Pour les définitions des variables, on considère que le monde est constitué d'un certain nombre de marchés géographiques ou des pays de destination qui sont représentés par l'indice  $j$ ; ce groupe de marchés ne devrait pas inclure l'Algérie (notre pays de référence). On considère aussi que le monde est constitué d'un certain nombre de catégories de produits qui sont représentés par l'indice  $i$ ,

En outre, dans ce qui suit, nous considérons que les exportations mondiales sont égales aux importations mondiales, en utilisant seulement des données d'exportation. Afin de présenter les principales tendances du commerce, et pour rendre les résultats plus lisibles dans le cadre de l'analyse descriptive des données, nous avons regroupé les pays ou marchés de destination en sept (7) zones (Maghreb, le reste des pays d'Afrique, l'Asie, l'Union Européenne, le reste des pays d'Europe, l'Amérique, Océanie) et reclassé les produits en 9 groupes de produits (Industrie Alimentaires, Energie, Produits chimique de base et produits dérivés, Bois et papier, Industrie sidérurgique et métaux non ferreux, Mécanique et véhicules, Electroniques, Autres), et que l'on retrouve à l'annexe 1



### 2.3. Littérature récente sur l'analyse de l'évolution des parts de marché à l'exportations par la méthode de CMSA

Plusieurs formulations de la Constant Market Share Analysis ont été présentées dans la littérature, et elle a été appliquée dans plusieurs travaux de recherche. Il s'agit là d'applications aux exportations des pays en voie de développement, aux pays développés ou aux exportations de plusieurs catégories de produits. Dans ce qui suit, nous allons faire le point sur quelques travaux récents ayant trait à la décomposition de la variation des parts de marché.

- Dans une étude de Michel B., (2005)<sup>1</sup> sur les tendances des parts de marché d'exportation entre 1991 et 2001, il a essayé d'analyser la variation de la part de marché internationale de la Belgique et d'un échantillon d'autres pays, dont notamment les États membres de l'Union Européenne. Michel a souligné qu'entre 1991 et 1997, la spécialisation des produits a eu un impact assez limité sur la part de marché pour la grande majorité des pays européens de l'échantillon. Il a montré aussi qu'entre 1997 et 2001, les augmentations et les diminutions de leurs parts mondiales d'exportations peuvent s'expliquer essentiellement par les variations des parts de marché individuelles; et les pertes dues à l'effet de part de marché ne sont plus compensées par les gains réalisés grâce aux spécialisations du marché et des produits ;
- Michel B., et Matte M., (2010) a réalisé un travail de recherche sur la compétitivité des exportations de la Belgique durant la période 1993-2008. Les chercheurs ont souligné que la Belgique a perdu des parts de marché international à l'effet d'une orientation géographique très défavorable et d'une faible compétitivité;
- La direction des études et des prévisions financières du Maghreb (2016)<sup>2</sup> dans une étude intitulée « Décomposition de la compétitivité structurelle du Maroc : Marges intensives et extensives de nos exportations » a essayé d'analyser la compétitivité du Maroc entre la période 2000-2014. Il a été observé que le Maroc a pu adapter son offre exportable vers les marchés internationaux à la demande mondiale. Également le profil des exportations marocaines dès 2010 fait ressortir le poids croissant des produits champions, qui sont des produits dynamiques caractérisés à la fois par une forte croissance des importations mondiales et des gains de parts de marché pour ce pays.

---

<sup>1</sup> Michel, B., 2005, **Trends in export market shares between 1991 and 2001**, Op. cit.

<sup>2</sup> Direction des études et des prévisions financières du Maghreb, 2016, « **Décomposition de la compétitivité structurelle du Maroc : Marges intensives et extensives de nos exportations** »

- Kusumastanto T., Adrianto L., Fahrudin A., (2016)<sup>1</sup>, présentent une étude visant à analyser la dynamique de la compétitivité des produits du thon de l'Indonésie sur les marchés internationaux au cours de la période 1998-2014. Les résultats de l'étude montrent que la dynamique de compétitivité des produits du thon frais était davantage due au facteur de l'effet de croissance des exportations de thon, et le thon le plus compétitif en Indonésie était le listao;
- Fligenspana F. B., Caputi Lélisb M. T., Cunhaa A. M., Clezarc V. R., 2015<sup>2</sup>, dans leur étude : « The Brazilian exports of labor-intensive goods in the 2000s: An analysis using the Constant Market Share Method » ont essayé d'analyser le commerce international dans les secteurs à forte intensité de main d'œuvre dans les années 2000, avec une référence particulière au cas du Brésil. Il a été observé que le Brésil a perdu des parts de marché sur les marchés mondiaux à cause de la concurrence des économies asiatiques et même des petits pays d'Amérique centrale dans ses principaux partenaires commerciaux, à savoir l'Amérique du Nord et l'Amérique du Sud;

### Section 03 : Analyse de la compétitivité algérienne à travers la méthode

#### Constant Market Share Analysis «CMSA »

Malgré tous les avantages géoéconomiques de notre pays, l'Algérie demeure un pays mono-exportateur d'hydrocarbures (98% des exportations en moyenne). Cette situation fait que la structure et la santé de l'économie algérienne sont tributaires du prix mondial du pétrole. En d'autres termes, toute la sphère de l'économie algérienne est soumise à l'aléa des marchés pétroliers et gaziers.

---

<sup>1</sup> KUSUMASTANTO T., ADRIANTO L., FAHRUDIN A., 2016, **Tuna industries competitiveness in international market. Case of Indonesia**, AACL Bioflux, Volume 9, Issue 6. 1251-1259.

<http://WWW.bioflux.com.ro/doc/20161251-1259.pdf>

<sup>2</sup> FLIGENSPANNA F. B., CAPUTI LÉLISB M. T., CUNHAA A. M., CLEZARC V. R., 2015, **The Brazilian exports of labor-intensive goods in the 2000s: An analysis using the Constant Market Share Method**, *EconomiA* 16 (2015) 128–144.

[http://WWW.bpurtugal.pt/default/files/anaxos/papers/ab200813\\_e.pdf](http://WWW.bpurtugal.pt/default/files/anaxos/papers/ab200813_e.pdf)

### 3.1. Importations mondiales par catégories de produits et par zones de destination

En termes des catégories de produits, le tableau 4-5 montre que ce sont les produits Mécaniques et les véhicules qui se taillent la part du lion dans la demande mondiale d'importation durant toute la période avec 39,95% en 2001 et 37,14% en 2015 . Mais en termes de croissance annuelle moyenne, ce sont les Produits chimiques de base et des produits dérivés suivis des produits d'industrie alimentaire qui sont les plus dynamiques, notamment grâce à la forte augmentation de la demande d'importation de produits pharmaceutiques depuis 2001.

**Tableau 4-6 : Importations mondiales par catégories de produits (parts et taux de croissance annuels moyens), 2001-2015**

	<b>2001</b>	<b>2015</b>	<b>Taux de croissance annuels moyens sur la période 2001-2015</b>
<b>Industrie alimentaires</b>	7,67%	8,58%	7,00%
<b>Energie</b>	14,30%	16,02%	4,66%
<b>Produits chimiques de base et produits dérivés</b>	8,88%	10,80%	7,52%
<b>Bois et papier</b>	3,52%	2,30%	3,30%
<b>Textile</b>	7,64%	5,68%	4,40%
<b>Industrie sidérurgique et métaux non ferreux</b>	9,28%	11,43%	6,76%
<b>Mécanique et véhicules</b>	39,95%	37,14%	5,66%
<b>Electroniques</b>	5,88%	5,86%	6,31%
<b>Autres</b>	2,88%	2,19%	2,38%
<b>Total</b>	100%	100%	5,33%

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools,

<http://www.intracen.org/marketanalysis>

Il y a lieu de signaler que, depuis 2001, la demande d'importation des produits d'industrie sidérurgique et métaux non ferreux a connu une forte croissance. Cette dernière demande d'importations émane surtout de pays émergents comme la Chine. Par contre, la part du textile est en baisse sur toute la période 2001- 2015 et celle des produits de bois et papier diminue depuis 2001.

En ce qui concerne la répartition géographique des importations, sur l'ensemble de la période 2001-2015, la demande mondiale d'importations croît de 5,33 % en moyenne par an comme indiqué dans le tableau 4-6 ci-après.

D'après les données d'ITC, C'est l'UE qui représente la part la plus importante pendant toute la période 2001-2011 suivie par l'Asie et l'Amérique. Mais à partir de 2012, la part de l'Asie représente la part la plus importante suivie par l'UE et l'Amérique. Ces zones sont d'ailleurs les seules zones qui n'ont pas connu une baisse de leurs importations lors de la crise de 2009 et 2015. En résumé, on constate que la croissance du commerce mondial provient surtout de pays émergents au cours de la période 2001-2015.

**Tableau 4-7 : Importations mondiales par zones de destination (parts et taux de croissance annuels moyens), 2001-2015**

	<b>2001</b>	<b>2015</b>	<b>Taux de croissance annuels moyens sur la période 2001-2015</b>
<b>Maghreb</b>	0,49%	0,76%	8,65%
<b>reste des pays d'Afrique</b>	1,43%	2,32%	9,13%
<b>Amérique</b>	27,42%	22,55%	4,64%
<b>Asie</b>	25,99%	37,16%	8,06%
<b>Reste des pays d'Europe</b>	3,13%	3,88%	6,42%
<b>Océanie</b>	1,31%	1,61%	7,31%
<b>Union européenne</b>	38,83%	30,97%	4,27%
<b>Total</b>	100%	100%	6,92 %

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools,

<http://www.intracen.org/marketanalysis>

## 3.2. Exportations algériennes par catégories de produits et par zones de destinations

### 3.2.1 Les exportations algériennes par catégories de produits

Au niveau des catégories de produits concernant les exportations algériennes, le tableau 4-8 ci-après montre que les produits les plus exportés sont les produits d'énergie avec une part de 98,49 % en 2001 et 97,82% en 2015. En termes de dynamique, durant toute la période, il est à noter qu'aucune croissance n'a été enregistrée dans la part d'exportation de toutes les catégories de produits. La part des produits énergétique a été en constante augmentation depuis 2001 avec un taux de croissance annuel moyen sur la période 2001-2015 de -0,048%, malgré la chute vertigineuse des prix de pétrole dès la moitié de l'an 2014; et en réponse à la demande accrue d'importation de cette catégorie de produits.

**Tableau 4-8 : Exportations de l'Algérie par catégories de produits (parts et taux de croissance annuels moyens), 2001-2015**

	2001	2015	Taux de croissance annuels moyens sur la période 2001-2015
<b>Industrie alimentaire</b>	0,15%	0,68%	0,038%
<b>Energie</b>	98,49%	97,82%	-0,048%
<b>Produits chimiques de base et produits dérivés</b>	0,26%	1,24%	0,070%
<b>Bois et papier</b>	0,09%	0,04%	-0,004%
<b>Textile</b>	0,14%	0,06%	-0,006%
<b>Industrie sidérurgique et métaux non ferreux</b>	0,50%	0,10%	-0,029%
<b>Mécanique et véhicules</b>	0,34%	0,05%	-0,020%
<b>Electroniques</b>	0,02%	0,01%	-0,001%
<b>Autres</b>	0,00%	0,00%	0,000%
<b>Total</b>	100%	100%	0,000%

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

**Tableau 4-9 : Evolution de la part des exportations algériennes par catégories des produits  
2001-2017**

	2001	2010	2014	2017
<b>Industrie alimentaire</b>	0,15 %	0,56%	0,53%	1,00%
<b>Energie</b>	<b>98,49 %</b>	<b>98,94%</b>	<b>98,74%</b>	<b>97,52%</b>
<b>Produits chimiques de base et produits dérivés</b>	0,26 %	0,05%	0,53%	0,97%
<b>Bois et papier</b>	0,09%	0,02%	0,03%	0,07%
<b>Textile</b>	0,14 %	0,04%	0,05%	0,05%
<b>Industrie sidérurgique et métaux non ferreux</b>	0,50 %	0,36%	0,09%	0,14%
<b>Mécanique et véhicules</b>	0,34 %	0,02%	0,02%	0,23%
<b>Electroniques</b>	0,02 %	0,01%	0,01%	0,02%
<b>Autres</b>	0,00 %	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

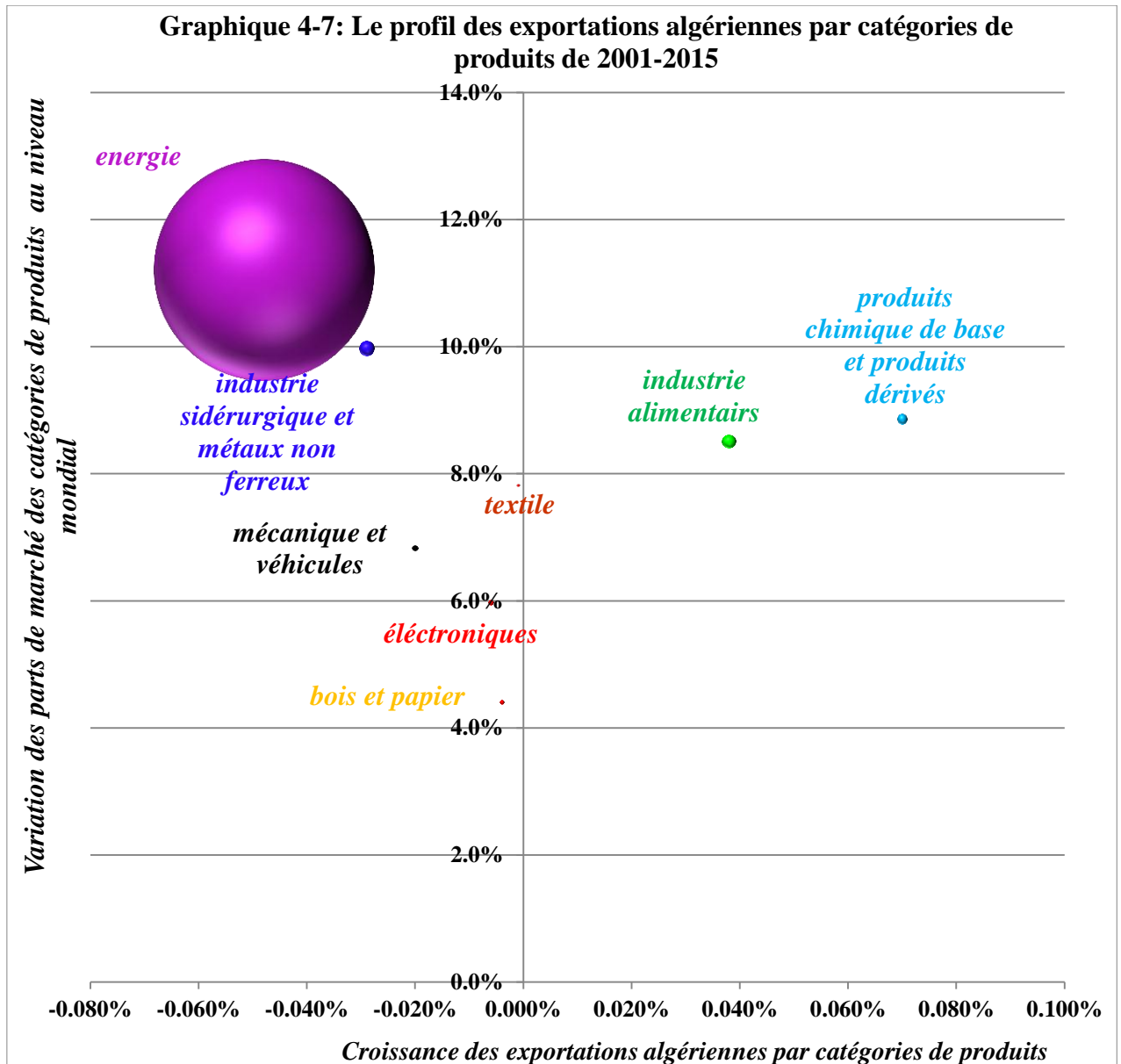
L'analyse des exportations algériennes en termes des produits par catégories de produits de 2001 à fin 2017 permet d'avoir un aperçu sur la diversification sectorielle de ce pays (tableau 4-9) (particulièrement après la baisse des prix de pétrole), cette analyse révèle que :

- Durant toute la période d'étude, les produits énergétiques figurent parmi la catégorie des produits les plus exportés par l'Algérie avec une part de 98,49% en 2001 et 97,52% en 2017;
- Dès 2015, les produits d'industrie alimentaires ont connu une amélioration minime dans la part des exportations avec 1% en 2017 par rapport à 0,15% en 2001 et ce après la chute vertigineuse des prix du pétrole;

- Les produits chimiques de base et produits dérivés ont aussi connu une amélioration minime dans la part des exportations avec 0,97 % en 2017 par rapport à 0,26 % en 2001;
- Les autres catégories de produits ont été en constante augmentation depuis 2001, et ce malgré les efforts de gouvernement algérien pour la diversification de ces exportations.

L'analyse du profil des exportations algériennes par catégories de produits permet d'expliquer l'effet produit. Les groupes de produits sont classés selon leur poids moyen dans les exportations totales de l'Algérie (représenté par la taille des bulles) pour la période 2001 – 2015. L'axe horizontal indique les performances à l'exportation de l'Algérie par catégories de produits, tandis que l'axe vertical représente la part de marché de chaque catégorie de produits au niveau mondial. Ainsi, la distribution des tailles des bulles fournit un aperçu sur la diversification des produits algériens destinés aux marchés mondiaux (graphique 4-7 ci-après). Cette analyse révèle que:

- ✚ Les produits énergétiques représentent la seule catégorie de produits dynamiques, caractérisés par une perte de part de marché au niveau international et une croissance positive des exportations algériennes;
- ✚ Un très faible poids dans les exportations algériennes concernant les produits d'industries alimentaires, les produits chimiques de base et produits dérivés;
- ✚ Les produits d'industries alimentaires, les produits chimiques de base et produits dérivés et les produits d'industrie sidérurgique et métaux non ferreux représentent des catégories des produits caractérisés par des taux de croissance importants de lors importations au niveau mondial.



Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

### 3.2.2 Exportations algériennes par zones de destination

La structure géographique des exportations algériennes est sensiblement similaire à celle des importations mondiales. L'Union européenne est de loin la principale destination des exportations algériennes suivies par l'Amérique et l'Asie comme le montre le tableau 4-8 ci-après; les parts de ces zones dépassent 93 % en 2015. En termes de dynamique, les taux de croissance des exportations algériennes enregistrent une stabilité tout au long de cette période, ce qui ne correspond pas à l'évolution de la demande mondiale d'importations.



**Tableau 4–10 : Exportations de l’Algérie par zones de destinations (parts et taux de croissance annuelle moyen), 2001-2015**

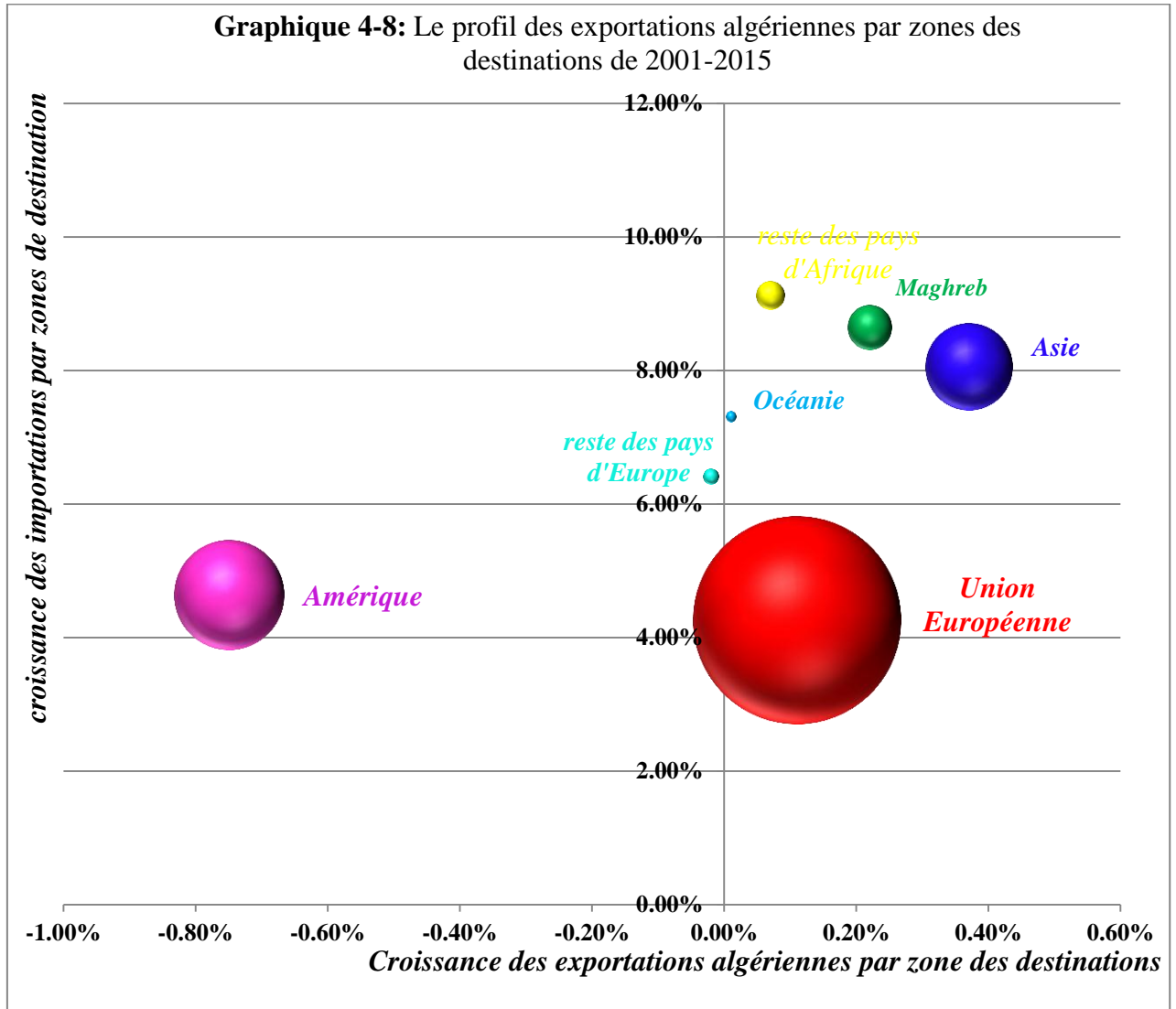
	2001	2015	Taux de croissance annuel moyen sur la période 2001-2015
<b>Maghreb</b>	<b>1,4%</b>	<b>4,5%</b>	<b>0,22%</b>
<b>reste des pays d'Afrique</b>	<b>0,7%</b>	<b>1,7%</b>	<b>0,07%</b>
<b>Amérique</b>	<b>23,6%</b>	<b>13,1%</b>	<b>-0,75%</b>
<b>Asie</b>	<b>8,9%</b>	<b>14,1%</b>	<b>0,37%</b>
<b>reste des pays d'Europe</b>	<b>0,5%</b>	<b>0,2%</b>	<b>-0,02%</b>
<b>Océanie</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,01%</b>
<b>Union européenne</b>	<b>64,7%</b>	<b>66,3%</b>	<b>0,11%</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>0,001%</b>

Source : Etablie à partir d’**International Trade Centre market analysis tools**, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

L’évaluation du profil des exportations algériennes par zones de destinations permet d’expliquer l’effet de spécialisation. Cette évaluation est établie sur la base de sept zones de destination, classés selon leur poids moyen dans les exportations totales de l’Algérie (représenté par la taille des bulles) pendant toute la période étudiée. L’axe horizontal indique les performances à l’exportation de l’Algérie par zone de destination tandis que l’axe vertical représente la variation de la part de marché des zones de destination au niveau mondial. Ainsi, la distribution des tailles des bulles fournit un aperçu sur la diversification des zones de destination pour les produits algériens (graphique 4-8 ci-après). Cette évaluation révèle que :

- ✚ Une forte concentration des exportations algériennes sur les pays de l’Union Européenne durant toute la période étudiée;
- ✚ Une diminution accentuée du rythme de croissance des importations de l’Union Européenne, qui représente la principale zone de destination de produits exportés par l’Algérie à cause de la crise économique et financière.

- ✚ Un faible poids dans les exportations algériennes destinées aux pays de Maghreb, du reste pays d'Afrique et de reste des pays d'Europe qui affichent une croissance importante de leurs importations au niveau mondial;



Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

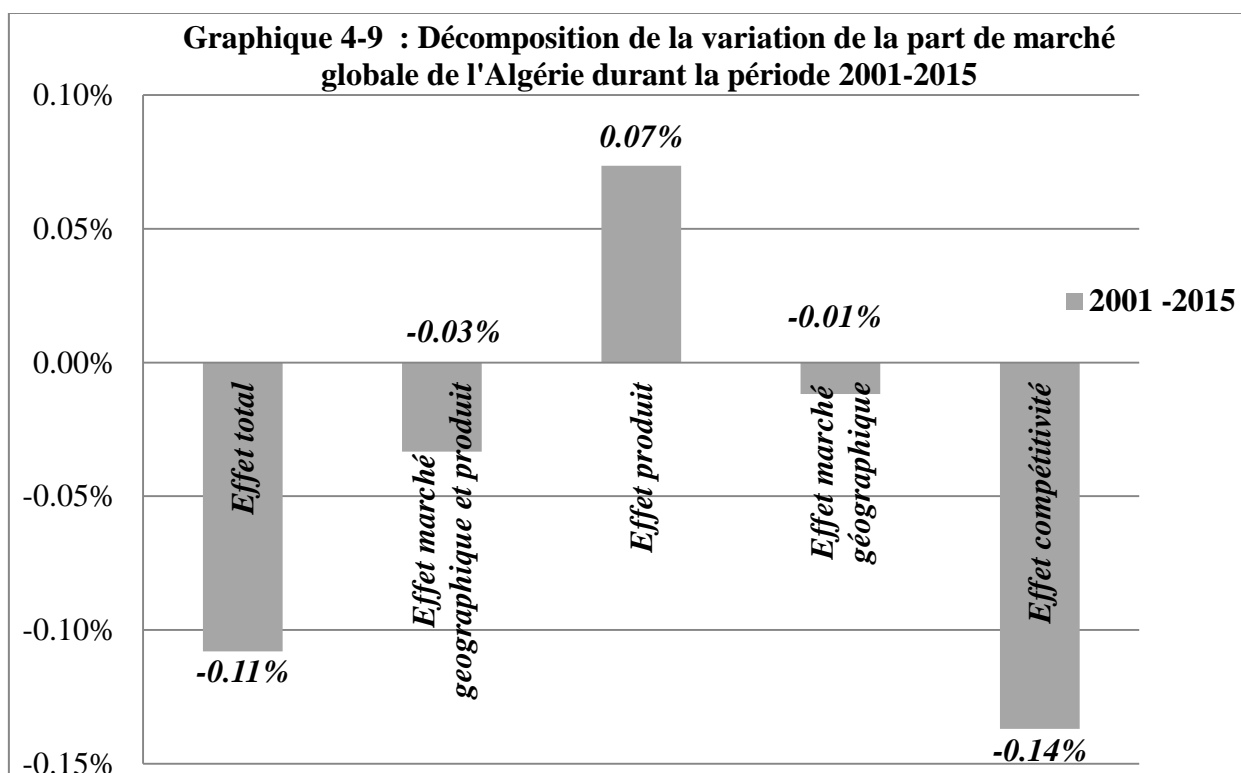
### 3. 3. Analyse des résultats de décomposition de la variation de la part de marché de l'Algérie

A travers ce point, nous allons analyser les résultats de calcul de la part de marché international de l'Algérie. Nous allons passer d'abord par une décomposition de la variation de la part de marché globale de ce pays. Ensuite, nous allons analyser les résultats de calcul de la CMSA global par catégories de produits et par zone de destination. Enfin, nous allons faire une analyse détaillée des résultats.

### 3.3.1 Décomposition de la variation de la part de marché globale de l'Algérie durant la période 2001-2015

Les résultats de la CMSA permettent de mieux comprendre les changements de la part de marché à l'exportation de l'Algérie. Le graphique 4-9 ci-après montre que l'effet compétitivité, l'effet marché géographique et l'effet mixte (produit-marché géographique) jouent un rôle important dans la légère baisse de la part de marché de l'Algérie, à l'inverse de l'effet produit (+0,07%). Autrement dit, les gains de spécialisation produits permettent d'effacer l'effet négatif des autres effets.

Le graphique 4-9 qui représente la part de marché à l'exportation de notre pays montre les résultats de la CMSA pour toute la période 2001-2015. L'effet le plus important est l'effet compétitivité qui est négatif (-0,14%). Il n'est que partiellement compensé par l'effet produit positif (+0,07%). Autrement dit, l'impact de la compétitivité très défavorable des exportations algériennes dépasse celui de la spécialisation produit favorable. Comme l'effet mixte produit-marché géographique) est aussi négatif (-0,03%), l'on peut conclure que l'Algérie perd des parts de marché parce que la structure de ses exportations n'est pas adaptée à l'évolution de la demande mondiale d'importations. Il s'ajoute à cette perte structurelle la faible performance exportatrice de l'Algérie illustrée par l'effet compétitivité négatif (-0,14%).



Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools,  
<http://www.intracen.org/marketanalysis>

La forte baisse de la part de marché à l'exportation dès 2009 est due aux effets marchés géographiques, compétitivité et produit-marché géographique. On peut également détailler les résultats en fonction des zones de destination et des catégories de produits (tableau 4-12 et 4-13).

Ce constat est réaffirmé en affinant l'analyse sur trois périodes de 2001 à 2008, de 2009 à 2013 et de 2014 à 2015 (tableau 4-10). En effet, la hausse de la part de marché de l'Algérie (0,12%) entre 2001-2008 s'explique principalement par une contribution positive des effets de compétitivité, de produit et de marché géographique-produit, malgré un effet négatif de marché géographique (-0,004%). Inversement, la baisse de la part de marché de l'Algérie (-0,17%) entre 2009-2013 s'explique surtout par une contribution négative des effets de compétitivité, de marché géographique et de marché géographique-produit, malgré un effet positif de produit (0,02%). Entre 2014 et 2015, la part de marché de l'Algérie a enregistré une petite hausse (0,012 %), cette hausse s'explique essentiellement par une contribution positive de l'effet marché géographique-produit, malgré que les autres effets sont négatives surtout l'effet produit (-0,002% à cause de la chute des prix du pétrole).

**Tableau 4-11 : Résultats de la CMSA pour la part de marché à l'exportation de l'Algérie de 2001 à 2008, de 2009 à 2013 et de 2014 - 2015**

	2001-2008	2009-2013	2014 - 2015	2001-2015
Effet total	0,12%	-0,2%	0,012%	-0, 1%
Effet de compétitivité	0,0007%	-0,13%	-0,005%	-0, 14%
Effet marché géographique	-0,004%	-0,007%	-0,0001%	-0, 01%
Effet produit	0,12%	0,02%	<b>-0,002%</b>	0, 07%
Effet marché géographique et produit	0,007%	-0,05%	0,02%	-0, 03%

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

### 3. 3. 2. Résultats de calcul de la CMSA global par catégories de produits et par zones de destinations

Durant la période d'étude 2001 – 2015, Comme le montre le tableau 4–12 ci-après, l'effet compétitivité est négatif malgré les gains très minimes de parts de marché pour les produits : d'industrie alimentaire, chimique de base et produits dérivés, de Bois et papier, et de textile. Mais ces gains ne permettent pas d'effacer les pertes de parts de marché pour les produits énergétiques et d'industrie sidérurgique et métaux non ferreux. Par contre, sur l'ensemble de la période, l'effet produit est positif. En effet, la demande mondiale d'importations accrue pour les produits énergétiques et les produits de l'industrie sidérurgique et métaux non ferreux joue un rôle très important dans l'effet produit positif; sachant que ces produits représentent une grande part des exportations algériennes. Ces effets positifs compensent l'effet négatif des autres effets.

**Tableau 4–12 : Résultats de calcul de la CMSA par catégories de produits 2001-2015**

	<b>Effet compétitivité</b>	<b>Effet marché géographique</b>	<b>Effet produit</b>	<b>Effet marché géographique produit</b>	<b>Effet total</b>
<b>Industrie alimentaire</b>	0,0007%	0,0008%	-0,003%	-0,003%	-0,005%
<b>Energie</b>	-0,2%	-0,01%	0,09%	-0,004%	-0,1%
<b>Produits chimiques de base et produits dérivés</b>	0,0007%	0,0002%	-0,0005%	-0,004%	-0,004%
<b>Bois et papier</b>	0,001%	-0,0001%	-0,002%	0,0008%	-0,0001%
<b>Textile</b>	0,001%	-0,0001%	-0,006%	-0,0008%	-0,006%
<b>Industrie sidérurgique et métaux non ferreux</b>	-0,0008%	0,0004%	0,006%	-0,005%	0,0006%
<b>Mécanique et véhicules</b>	0,001%	-0,0005%	-0,006%	-0,02%	-0,02%
<b>Électroniques</b>	0,001%	-0,0003%	-0,001%	-0,0008%	-0,001%
<b>Autres</b>	0,04%	0,0004%	-0,001%	0,002%	0,04%
<b>TOTAL</b>	-0,1%	-0,01%	0,07%	-0,03%	-0,1%

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

Sur l'ensemble de la période 2001-2015, l'orientation géographique des exportations algériennes est défavorable, parce que l'UE représente un grand poids dans les exportations algériennes et que la part de l'UE dans les importations mondiales est en baisse. De plus, les zones géographiques avec une part croissante des importations mondiales ne représentent pas une part importante dans les exportations Algérienne.

**Tableau 4-1 3 : Résultats de calcul de la CMSA par zones de destinations 2001-2015**

	<b>Effet compétitivité</b>	<b>Effet marché géographique</b>	<b>Effet produit</b>	<b>Effet marché géographique produit</b>	<b>Effet total</b>
<b>Maghreb</b>	0,04%	0,005%	0,0008%	0,0012%	0,05%
<b>le reste des pays d'Afrique</b>	-0,0003%	0,007%	-0,007%	-0,0007%	-0,007%
<b>Asie</b>	-0,02%	0,02%	0,007%	-0,02%	-0,02%
<b>Union Européenne</b>	-0,1%	-0,01%	0,04%	0,01%	-0,07%
<b>le reste des pays d'Europe</b>	0,0004%	0,006%	0,0004%	-0,002%	0,005%
<b>Amérique</b>	-0,04%	-0,03%	0,03%	-0,02%	-0,06%
<b>Océanie</b>	0,002%	0,0003%	0,0000%	0,001%	0,003%
<b>TOTAL</b>	-0,1%	-0,01%	0,07%	-0,03%	-0,1%

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools,  
<http://www.intracen.org/marketanalysis>

### 3. 3. 3. Résultats de calcul de la CMSA détaillée par catégories de produits et par zones de destinations

La part des exportations algériennes dans le commerce mondial en termes de produit passe de 0,3 en 2001 à 0,49 en 2008, suivie d'une baisse à 0,36 en 2009; et entre 2010 et 2013 cette part a enregistré une reprise à 0,39 en 2012. Encore une autre fois la part de marché a enregistré une forte baisse à 0,21 en 2015. En termes de pourcentage l'Algérie a donc gagné 63% de sa part de marché mondiale d'exportation de 2001 à 2008 et a perdu 27% et 34% de sa part de marché de 2008 à 2009 et de 2014 à 2015 successivement.

Afin de décrire et d'expliquer les changements dans la part de marché international de l'Algérie, nous avons divisé la période d'étude 2001-2015 en quatre sous périodes (de 2001 à 2008, de 2009 à 2013, de 2013 à 2014 et de 2014 à 2015).

### **3.3.3.1 Les changements dans la part de marché internationale de l'Algérie de 2001 à 2008**

Entre 2001 – 2008, seuls trois groupes de produits (énergie, Industrie sidérurgique et métaux non ferreux et autres) sur neuf groupes ont contribué positivement à l'effet total comme le montre le tableau ci-après. Les contributions négatives de tous les autres groupes de produits ont conduit à une réduction dans les gains totaux de la part de marché de l'Algérie. Aussi la décomposition de l'effet total révèle que les gains cumulés peuvent s'expliquer en grande partie par l'effet produit en raison d'une spécialisation favorable des produits de ses exportations.

**Tableau 4–14 : Résultats de calcul de la CMSA par catégories des produits 2001-2008**

	<b>Effet compétitivité</b>	<b>Effet marché géographique</b>	<b>Effet produit</b>	<b>Effet marché géographique produit</b>	<b>Effet total</b>
<b>Industrie alimentaire</b>	0,0001%	0,0003%	-0,004%	-0,0004%	-0,0040%
<b>Energie</b>	0,0013%	-0,0041%	0,130%	0,0071%	0,1343%
<b>Produits chimiques de base et produits dérivés</b>	-0,0004%	0,0002%	-0,001%	-0,0003%	-0,0015%
<b>Bois et papier</b>	-0,0001%	0,0000%	-0,002%	0,0000%	-0,002%
<b>Textile</b>	-0,0001%	-0,0001%	-0,006%	0,0001%	-0,006%
<b>Industrie sidérurgique et métaux non ferreux</b>	-0,0004%	0,0009%	0,007%	-0,0004%	0,0071%
<b>Mécanique et véhicules</b>	0,0002%	-0,0004%	-0,007%	0,0007%	-0,006%
<b>Électroniques</b>	-0,0001%	-0,0002%	-0,001%	0,0002%	-0,001%
<b>Autres</b>	0,0000%	-0,0002%	0,001%	0,0002%	0,001%
<b>TOTAL</b>	0,0007%	-0,004%	0,12%	0,007%	0,12%

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

le groupe de produit énergie a affiché entre 2001 – 2008 un gain remarquable de la part de marché de l'Algérie (+0,13 %) qui s'explique par un comportement positif des effets de produit, de compétitivité et de marché géographique – produit. Ce dynamisme dans le secteur d'énergie est dû à plusieurs investissements de l'Etat Algérien dans le secteur. Il est à noter que l'essentiel des exportations des produits énergétiques est composé des huiles brutes de pétrole, du gaz naturel et de propane.

**Tableau 4–15 : Résultats de calcul de la CMSA par zones de destination 2001-2008**

	<b>Effet compétitivité</b>	<b>Effet marché géographique</b>	<b>Effet produit</b>	<b>Effet marché géographique produit</b>	<b>Effet total</b>
<b>Maghreb</b>	0,0008%	0,002%	0,0015%	-0,0001%	0,004%
<b>le reste des pays d'Afrique</b>	0,001%	0,001%	-0,007%	-0,001%	-0,006%
<b>Asie</b>	-0,002%	0,017%	0,01%	-0,0015%	0,03%
<b>Union Européenne</b>	-0,02%	0,009%	0,06%	0,001%	0,05%
<b>le reste des pays d'Europe</b>	0,0006%	0,001%	0,0004%	-0,0004%	0,002%
<b>Amérique</b>	0,02%	-0,035%	0,05%	0,009%	0,04%
<b>Océanie</b>	0,0001%	0,001%	0,0001%	0,0000%	0,001%
<b>TOTAL</b>	0,0007%	-0,004%	0,12%	0,007%	0,12%

**Source :** Etablie à partir d'**International Trade Centre market analysis tools**, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

L'analyse des contributions des zones géographiques (tableau 14-15) permet de connaître quelles sont les zones qui contribuent positivement de 2001 à 2008 à la part de marché international de l'Algérie. Parmi les sept zones de destination, les pays de l'Union Européenne qui contribue le plus à l'augmentation de la part de marché globale de l'Algérie à cause du partenariat signé entre les deux dans le cadre de partenariat Euro-méditerranéen, suivi par les pays d'Amérique et d'Asie.



### 3.3.3.2 Les changements dans la part de marché internationale de l'Algérie de 2009 à 2013

Selon les résultats du calcul de décompositions de la part de marché à l'exportation de l'Algérie entre 2009 et 2013, la perte cumulée peut être attribuée à des pertes dans l'effet compétitivité (-0,13), effet marché géographique (-0,007) et effet mixte produit-marché (-0,05) comme le montre le tableau 4-16. En effet, l'effet total négatif durant cette période est dû à des contributions négatives de tous les groupes des produits, à l'exception du groupe autres et bois et papier.

**Tableau 4-16 : Résultats de calcul de la CMSA par catégories de produits 2009-2013**

	Effet compétitivité	Effet marché géographique	Effet produit	Effet marché géographique produit	Effet total
<b>Industrie alimentaire</b>	0,0007%	0,00057%	0,0002%	-0,005%	-0,0037%
<b>Energie</b>	-0,2%	-0,007%	0,02%	-0,007%	-0,2%
<b>Produits chimiques de base et produits dérivés</b>	0,001%	-0,00003%	0,0001%	-0,005%	-0,004%
<b>Bois et papier</b>	0,001%	-0,00005%	-0,00004%	-0,001%	0,0000%
<b>Textile</b>	0,0012%	-0,00002%	0,00006%	-0,003%	-0,002%
<b>Industrie sidérurgique et métaux non ferreux</b>	-0,00004%	-0,0005%	0,00006%	-0,0065%	-0,007%
<b>Mécanique et véhicules</b>	0,001%	-0,0001%	0,0006%	-0,0171%	-0,015%
<b>Électroniques</b>	0,001%	-0,0001%	0,00000%	-0,003%	-0,002%
<b>Autres</b>	0,04%	0,0006%	-0,0008%	-0,0002%	0,04%
<b>TOTAL</b>	-0,13%	-0,007%	0,02%	-0,05%	-0,2%

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

En ce qui concerne les contributions des zones géographiques entre 2009 – 2013 à l'effet total négatif (-0,2%). la caractéristique la plus frappante est la contribution négative de plusieurs zones comme le montre le tableau 4-17 ci-après, sauf les groupes des pays du Maghreb, du reste des pays d'Europe et de l'Océanie. Néanmoins, les contributions positives de ces zones ne

compensent pas les contributions négatives des autres zones surtout la zone de l'Union Européenne (-0,2%).

Durant cette période, les pays de l'Union Européenne qui contribuent le plus à la baisse de la part de marché global de l'Algérie à cause d'un rythme de croissance du commerce mondial en deçà de celui d'avant la crise de 2008. Cette crise de la zone Euro a joué un rôle remarquable parce qu'elle s'est traduite par des performances de croissance très médiocres pour une zone de première importance commerciale.

**Tableau 4-17 : Résultats de calcul de la CMSA par zones de destination 2009-2013**

	<b>Effet compétitivité</b>	<b>Effet marché géographique</b>	<b>Effet produit</b>	<b>Effet marché géographique produit</b>	<b>Effet total</b>
<b>Maghreb</b>	0,04%	0,002%	0,0004%	0,0005%	0,04%
<b>le reste des pays d'Afrique</b>	-0,001%	-0,0004%	0,0002%	-0,002%	-0,003%
<b>Asie</b>	-0,02%	0,0004%	0,002%	-0,02%	-0,04%
<b>Union Européenne</b>	-0,09%	-0,02%	0,01%	0,001%	-0,1%
<b>le reste des pays d'Europe</b>	-0,0003%	0,004%	0,0003%	-0,004%	0,0005%
<b>Amérique</b>	-0,0598%	0,0033%	0,0062%	-0,022%	-0,07%
<b>Océanie</b>	0,0014%	-0,0002%	0,0000%	-0,001%	0,0002%
<b>TOTAL</b>	-0,13%	-0,007%	0,02%	-0,05%	-0,2%

Source : Etablie à partir d'**International Trade Centre market analysis tools**,  
<http://www.intracen.org/marketanalysis>

### 3.3.3.3 Les changements dans la part de marché international de l'Algérie de 2013 à 2014

La part de marché global de l'Algérie a connu une baisse en 2014, comme le montre le tableau 4-18 ci-après, la perte cumulée entre 2013 et 2014 (-0,004%) peut être attribuée à un comportement négatif des effets de produits (-0,0001%) et de produit-marché géographique

(-0,006%), malgré les compensations positives des effet de compétitivité (0,003%) et de marché géographique (0,00003%) qui sont très faibles.

**Tableau 4–18 : Résultats de calcul de la CMSA par catégories de produits 2013-2014**

	<b>Effet compétitivité</b>	<b>Effet marché géographique</b>	<b>Effet produit</b>	<b>Effet marché géographique produit</b>	<b>Effet total</b>
<b>Industrie alimentaires</b>	0,0001%	0,0000006%	0,000001%	-0,0002%	-0,00009%
<b>Energie</b>	0,002%	0,000006%	-0,0001%	-0,001%	0,001%
<b>Produits chimique de base et produits dérivés</b>	0,00002%	0,000001%	0,000003%	-0,0003%	-0,0003%
<b>Bois et papier</b>	0,00004%	0,00000005%	0,000000%	-0,00002%	0,00002%
<b>Textile</b>	-0,00001%	0,0000004%	0,000001%	-0,00009%	-0,0001%
<b>Industrie sidérurgique et métaux non ferreux</b>	-0,00004%	0,0000008%	-0,00002%	-0,0004%	-0,0005%
<b>Mécanique et véhicules</b>	0,0000002%	0,00002%	0,00003%	-0,004%	-0,004%
<b>Électroniques</b>	-0,00007%	0,0000004%	0,000002%	-0,0001%	-0,0002%
<b>Autres</b>	-0,00%	0,00%	0,00%	-0,00%	0,00%
<b>TOTAL</b>	0,003%	0,00003%	-0,0001%	-0,006%	-0,004%

**Source :** Etablie à partir d'**International Trade Centre market analysis tools**,  
<http://www.intracen.org/marketanalysis>

Les produits énergétiques représentent la principale ressource économique en Algérie, ils constituent plus de 97% des exportations algériennes en termes des produits. La chute des prix mondiaux du pétrole dès le deuxième semestre de l'année 2014 a entraîné une situation caractérisée par de graves dysfonctionnements et de détérioration de la plupart des agrégats macroéconomiques de l'Algérie.

Selon le tableau 4 – 19 ci-dessous qui représente les résultats de calcul de CMSA par zones de destination, seules deux zones géographique (Maghreb et reste pays d'Europe) contribuent positivement à l'effet total (-0,004%). Ces contributions positives ne compensent pas

les contributions négatives des autres zones géographiques de destination notamment les trois zones suivants : l'Asie (-0,003%), l'Union Européenne (-0,002%) et de l'Amérique (-0,001%).

**Tableau 4–19 : Résultats de calcul de la CMSA par zones de destination 2013 -2014**

	<b>Effet compétitivité</b>	<b>Effet marché géographique</b>	<b>Effet produit</b>	<b>Effet marché géographique produit</b>	<b>Effet total</b>
<b>Maghreb</b>	0,003%	-0,00000006%	0,0000000%	0,00000%	0,003%
<b>le reste des pays d'Afrique</b>	-0,0002%	0,0000004%	-0,0000002%	-0,00002%	-0,0003%
<b>Asie</b>	0,00006%	0,000007%	-0,00007%	-0,003%	-0,003%
<b>Union Européenne</b>	-0,00002%	0,000001%	-0,00004%	-0,002%	-0,002%
<b>le reste des pays d'Europe</b>	0,0002%	-0,000006%	-0,0000007%	-0,00005%	0,0001%
<b>Amérique</b>	-0,0003%	0,00002%	-0,00001%	-0,001%	-0,001%
<b>Océanie</b>	-0,0002%	0,00%	-0,00%	-0,00%	-0,0002%
<b>TOTAL</b>	0,003%	0,00003%	-0,0001%	-0,006%	-0,004%

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

### **3.3.3.4 Les changements dans la part de marché internationale de l'Algérie de 2014 à 2015**

La période 2014-2015 est marquée par une baisse très importante dans la part de marché international de l'Algérie (0,21%) depuis l'année 2001, en raison d'une baisse vertigineuse des prix de pétrole dès le deuxième semestre de 2014. En ce qui concerne la décomposition de la part de marché de l'Algérie par catégorie de produit, la caractéristique le plus frappante est la contribution négative de groupe du produit énergie (-0,003%). Cette contribution négative a conduit à une réduction dans les gains totaux de la part de marché de l'Algérie. Ainsi, la décomposition de l'effet total (0,012%) comme le montre le tableau 4–20 ci-après qui révèle que le très faible gain cumulé peut s'expliquer, en grande partie, par les effets négatifs de produit, le marché géographique et la compétitivité.

**Tableau 4–20 : Résultats de calcul de la CMSA par catégories de produits 2014-2015**

	Effet compétitivité	Effet marché géographique	Effet produit	Effet marché géographique produit	Effet total
<b>Industrie alimentaire</b>	-0,0002%	-0,00001%	0,00006%	0,002%	0,002%
<b>Energie</b>	-0,005%	-0,00002%	-0,0003%	0,002%	-0,003%
<b>Produits chimiques de base et produits dérivés</b>	0,00002%	-0,00001%	0,00007%	0,002%	0,002%
<b>Bois et papier</b>	0,00003%	-0,00001%	0,00005%	0,002%	0,002%
<b>Textile</b>	-0,00001%	-0,00001%	0,0001%	0,002%	0,002%
<b>Industrie sidérurgique et métaux non ferreux</b>	-0,00007%	-0,00001%	0,00001%	0,002%	0,002%
<b>Mécanique et véhicules</b>	0,00000%	-0,00001%	0,0001%	0,002%	0,002%
<b>Électroniques</b>	0,00001%	-0,00001%	0,0001%	0,002%	0,002%
<b>Autres</b>	0,00000%	0,00001%	-0,002%	0,002%	0,0003%
<b>TOTAL</b>	-0,005%	-0,00001%	-0,002%	0,02%	0,012%

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

D'après les données dans le tableau ci-après, pendant les sept ans, les exportations des produits hors groupe énergie progressent avec un rythme faible avec seulement 2,2 % du volume global des produits exportés en 2015. Ces catégories de produits ont enregistré un accroissement de 69,2 % par rapport à l'année 2014.

**Tableau 4 – 21 : Evolution de la part des exportations des produits hors groupe énergie (2010/2016)**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>part des exportations des produits hors groupe énergie</b>	1,1	0,8	0,7	0,9	1,3	2,2	3

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

**Tableau 4–22 : les principaux produits hors groupes énergie exportés par l’Algérie**

<b>Groupe de produit</b>	<b>produits</b>
<b>Industrie alimentaires</b>	Légumes, fruits comestibles, poissons sucrés, boissons, graisse et huiles animales ou végétales.
<b>Textile</b>	Peaux et cuirs
<b>Produits chimique de base et produits dérivés</b>	Engrais, produits pharmaceutiques et produits divers en des industries chimiques.
<b>Mécanique et véhicules</b>	Machines à laver, bateaux citernes.
<b>Industrie sidérurgique et métaux non ferreux</b>	Fer et acier, zinc ou ouvrages en zinc, verre et ouvrages en verre.

Source : Etablie à partir d’**International Trade Centre market analysis tools**,

<http://www.intracen.org/marketanalysis>

Selon les statistiques du centre de commerce international, les produits non énergétiques énergétiques exportés sont constitués essentiellement des produits chimiques de base et produits dérivés et les produits d’industrie alimentaire.

Les engrais minéraux ou chimiques azotés ont représenté une valeur de 420,9 millions dollars américains en 2015, et une valeur de 447,5 millions dollars américains en 2016 par rapport à une valeur de 59,4 millions dollars américains en 2013.

Les sucres ont représenté une valeur de 230,7 millions dollars américains en 2014 contre une valeur de 9,1 millions dollars américain en 2009.

Les dattes ont représenté une valeur de 39 millions dollars américains en 2014 et une valeur de 52,3 millions dollars américains en 2017 par rapport à une valeur de 29,7 millions dollar Américain en 2013.

Les machines à laver ont représenté une valeur de 32,9 millions dollars américains en 2017 contre une valeur de 0,003 millions dollars américains en 2015.

Selon les résultats de calcul de la CMSA par zones géographiques (le tableau 4–23), seul le groupe de pays Maghreb contribue négativement à l’effet total (0,012%), tandis que les autres

groupes contribuent positivement; Ces contributions positives des zones compensent la contribution négative de la zone du Maghreb (-0,002%).

L'année 2015 a été caractérisée par une faiblesse du commerce mondial à cause de plusieurs facteurs, dont on cite, en particulier, la grave récession au Brésil, les baisses dans les prix de pétrole et les produits de base, le ralentissement économique en Chine<sup>1</sup>. De plus, la récession économique mondiale a entraîné des réductions très importantes dans la consommation d'énergie (économie d'énergie) et du développement des énergies renouvelables<sup>2</sup>.

**Tableau 4–23 : Résultats de calcul de la CMSA par zones des destinations 2014 -2015**

	<b>Effet compétitivité</b>	<b>Effet marché géographique</b>	<b>Effet produit</b>	<b>Effet marché géographique produit</b>	<b>Effet total</b>
<b>Maghreb</b>	-0,004%	-0,00003%	0,00003%	0,002%	-0,002%
<b>le reste des pays d'Afrique</b>	0,0002%	0,00001%	0,00003%	0,002%	0,002%
<b>Asie</b>	-0,0001%	-0,00003%	-0,0003%	0,003%	0,002%
<b>Union Européenne</b>	-0,0006%	0,00001%	-0,0006%	0,003%	0,002%
<b>le reste des pays d'Europe</b>	-0,0001%	-0,0001%	-0,0001%	0,003%	0,002%
<b>Amérique</b>	-0,0004%	0,00009%	-0,0008%	0,003%	0,002%
<b>Océanie</b>	0,0003%	-0,00001%	0,00001%	0,002%	0,003%
<b>TOTAL</b>	-0,005%	-0,0001%	-0,002%	0,02%	0,012%

Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools, <http://www.intracen.org/marketanalysis>

<sup>1</sup> OMC, 2016, L'examen Statistique Du Commerce Mondial 2016, Op.cit., P 18.

<sup>2</sup> OMC, 2015, Accélérer le commerce : avantages et défis de la mise en œuvre de l'Accord de l'OMC sur la facilitation des échanges, Rapport sur le commerce mondial 2015, P 14.

Selon le rapport de commerce mondial 2016, tous les groupes de pays à travers le monde ont vu leurs exportations se contracter en 2015, mais la baisse la plus brutale a touché les pays en transition (plus de 30 %) sous l'effet essentiellement de la baisse vertigineuse des prix des combustibles et des produits de base. Les pays les moins avancés (PMA) et l'Afrique dont l'Algérie ont également été gravement touchés à cause de leur dépendance à l'égard des exportations de produits de base.



## **Conclusion :**

Dans ce chapitre nous avons élaboré une analyse complète sur la tendance et la structure des exportations algériennes et les importations mondiales durant la période 2001 – 2015. Puis nous avons appliqué la méthode de Constant Market Share Analysis « CMSA » pour connaître les causes de la variation de la part de marché international de l'Algérie. Et par la suite, nous avons utilisé les données du commerce international pour l'application empirique qu'ont été tirées de la base de données d'International Trade Centre (ITC).

Après l'analyse des résultats de décompositions de la part de marché internationale de l'Algérie, nous concluons que la non diversification des exportations, malgré tous les avantages géoéconomiques de notre pays, l'orientation géographique défavorable, la faible compétitivité, sont les facteurs à l'origine de faible part de marché international de ce pays. L'Algérie demeure un pays mono-exportateur d'hydrocarbures (98% des produits exportés en moyenne). Durant toute la période d'étude, les résultats révèlent aussi que l'effet produit (à travers les produits énergétiques) joue un rôle important dans la légère hausse de la part de marché de ce pays.

## **Conclusion générale**

## Conclusion générale

Le présent travail de recherche a été mené afin d'étudier et d'analyser la variation de la part de marché international de l'Algérie durant la période 2001-2015.

Dès 1980 jusqu'à l'année de 2013, le commerce évolue de plus en plus vite à travers le monde, les exportations mondiales en termes de produits sont passées de deux mille milliards de dollars en 1980 pour atteindre dix-huit mille milliards de dollars en 2013 avec une augmentation de huit fois.

Avec la mondialisation des échanges d'aujourd'hui et dans un environnement changeant et imprévisible marqué, par la concurrence accrue et par l'incertitude de la croissance, la compétitivité de ce pays à travers ces produits exportés s'impose comme un objectif afin d'améliorer et de garantir sa part de marché international. La mondialisation d'une économie est une arme à double tranchant : d'une côté, elle constitue un gain très élevé pour des firmes qui ont de grandes capacités mais qui souffrent de l'exiguïté de leurs marchés locaux ; elle est, d'une autre côté, une menace très élevée pour des firmes qui n'ont pas les ressources essentielles pour en profiter ou qui n'ont pas l'habitude de faire face à une concurrence.

Donc, la compétitivité est devenue une exigence pour la prospérité économique socioculturelle et aussi politique.

Depuis longtemps, la notion de compétitivité est devenue priorité pour tous les pays de monde qu'ils soient développés ou en développement, notamment depuis l'années 1990. Pour de nombreuses économistes, la compétitivité d'un pays (rattachée aux échanges commerciaux des biens et services) est un concept pertinent dans la mesure où elle aide la capacité d'un pays à atteindre son objectif principal de croissance économique, à améliorer durablement le niveau de vie de ses habitants et à leur procurer de l'emploi et de la cohésion sociale. Ainsi la multiplication des classements des pays à travers les indicateurs composites de compétitivité dans de nombreuses organisations internationales comme IMD, Forum économique mondial, OCDE, et autre pousse toujours les pays du monde entier à déterminer un objectif de compétitivité.

Les théories de commerce international «de la richesse à la compétitivité des nations» ont mis en évidence de nombreuses sources de gains et donc plusieurs causes ou raisons expliquent les échanges commerciaux entre les pays. Les travaux de recherche, qui ont été faits dans le

domaine du commerce international jusqu'à nos jours, ont permis aux chercheurs d'améliorer de façon considérable leur compréhension des gains découlant du commerce international; et, partant, des déterminants des échanges commerciaux entre les pays du monde et ce à travers les théories classiques, nouvelles ou nouvelles « nouvelles ».

Depuis l'article de Melitz (2003) on assiste à une explosion des travaux sur les « firmes hétérogènes », ces travaux intègrent les différences entre les entreprises pour rendre compte des nouvelles tendances observées au niveau des entreprises. D'après ces travaux, Comme le dit Baldwin (2006b) les économistes ont construit de « nouveaux nouveaux » modèles du commerce. Les échanges commerciaux complexes que l'on regarde aujourd'hui ne peuvent s'expliquer **que** par une seule cause, et la loi de l'avantage comparatif est toujours considérée comme l'un des piliers de la science économique.

Il existe plusieurs indicateurs de mesure de la compétitivité sur chaque niveau d'agrégation (au niveau macroéconomique, au niveau d'un secteur d'activité, au niveau microéconomique). Ces indicateurs sont des instruments qui donnent des informations qui permettent des comparaisons entre pays, branches d'activités ou firmes.

La « Constant Market Shares Analysis » " CMSA "est l'un des indicateurs de mesure de la compétitivité au niveau d'un pays donné. Elle est une méthode comptable classique pour étudier l'évolution de la part du marché à l'exportation d'un pays. L'intérêt de cette méthode réside surtout dans sa simplicité d'utilisation afin de préciser les déterminants de la variation de la part de marché d'un pays donné. Cette technique est spécialement utile pour séparer et évaluer la contribution des spécialisations commerciales (sectorielle ou géographique) et les contributions des autres facteurs.

Selon les statistiques publiées par l'OMC en 2018, la part des exportations en termes de produits de l'Afrique sur le continent a presque doublé passant de 10,3% des exportations en 2010 à 19,6% en 2017. Aussi, les exportations des économies en développement ont connu une forte augmentation passant de 12% à 43%, la grande part de ces échanges sont destinés géographiquement à d'autres pays en développement. Ainsi la part des échanges des produits manufacturés dans le total va à la hausse dans leurs exportations. Tandis que, l'Algérie reste toujours marginalisée dans le commerce international, victime de sa richesse naturelle.

La particularité de l'Algérie est d'avoir un vaste pays riche, à la fois par son sous-sol qui renferme une diversité de matières premières et par sa diversité géographique favorable. L'autre

particularité de l'Algérie est le fait qu'elle représente un point de jonction liant à la fois l'Europe développée à l'Afrique sous-développée et les pays de l'UMA (Union du Maghreb Arabe) par sa place déterminante au Maghreb en général.

L'Algérie demeure un pays mono exportateur d'hydrocarbures depuis son indépendance, malgré la priorité donnée, surtout dernièrement, par le gouvernement à la diversification des exportations dans les plans de développement de son économie. Cette situation fait que la santé de l'économie algérienne est dépendante du balancement du prix mondial du pétrole soit à la hausse ou à la baisse.

L'analyse détaillée de l'évolution de part de marché à l'exportation de l'Algérie en termes des produits montre que la majeure partie de la perte de la part de marché s'est opérée depuis la fin d'année 2014. En effet, entre 2001 et 2013, l'Algérie a maintenu constante sa part de marché international autour de 0,36% en moyenne annuelle. Tandis que, dès l'année 2014, elle a commencé à perdre des parts de marché passant de 0,32% en 2014 à 0,21% en 2015 à 0,19% en 2016. Alors que certains pays ont amélioré leurs performances à l'export durant cette période. C'est le cas de l'Egypte qui a vu sa part de marché mondial croître entre 2001 et 2015 de 0,07% à 0,13%, de la Turquie (de 0,4% à 0,9%), de la Pologne (de 0,5% à 1,17%), du Brésil (de 0,9% à 1,3%), de l'Inde (de 0,7% à 1,7%) et surtout de la Chine dont la part est passée de 3,9% à 12,3%.

Les résultats de la CMSA permettent de mieux comprendre les changements de la part de marché à l'exportation de l'Algérie. Ils montrent que l'effet compétitivité, l'effet marché géographique et l'effet mixte (produit-marché géographique) jouent un rôle important dans la légère baisse de la part de marché international de l'Algérie, à l'inverse de l'effet produit. Autrement dit, les gains de spécialisation produit permettent d'effacer l'effet négatif des autres effets.

Durant la période d'étude 2001 – 2015, l'effet compétitivité est négatif malgré les gains très minimes de parts de marché pour les produits : d'industrie alimentaires, chimique de base et produits dérivés, de Bois et papier, et de textile. Mais ces gains ne permettent pas d'effacer les pertes de parts de marché pour les produits énergétiques et d'industrie sidérurgique et métaux non ferreux. Par contre, sur l'ensemble de la période, l'effet produit est positif. En effet, la demande mondiale d'importations accrue pour des produits énergétiques et des produits de l'industrie sidérurgique et métaux non ferreux joue un rôle très important dans l'effet produit

positif; sachant que ces produits représentent une grande part des exportations algériennes. Alors, ces effets positifs compensent l'effet négatif des autres effets.

Sur l'ensemble de la période 2001-2015, l'orientation géographique des exportations algériennes est défavorable parce que l'UE représente un grand poids dans les exportations algériennes et que la part de l'UE dans les importations mondiales est en baisse. De plus, les zones géographiques avec une part croissante des importations mondiales ne représentent pas une part importante dans les exportations algériennes.

Ce constat est réaffirmé par l'analyse sur trois périodes de 2001 à 2008, de 2009 à 2013 et de 2014 à 2015. En effet, la hausse de la part de marché de l'Algérie (0,12%) entre 2001 et 2008 s'explique principalement par une contribution positive des effets de compétitivité, de produit et de marché géographique-produit, malgré l'effet négatif de marché géographique (-0,004%). Inversement, la baisse de la part de marché de l'Algérie (-0,17%) entre 2009-2013 s'explique surtout par une contribution négative des effets de compétitivité, de marché géographique et de marché géographique-produit, malgré un effet positif de produit (0,02%). Entre 2014 et 2015, la part de marché de l'Algérie a enregistré une petite hausse (0,012 %), cette hausse s'explique essentiellement par une contribution positive de l'effet marché géographique-produit bien que les autres effets soient négatifs surtout l'effet produit (-0,002% à cause de la chute des prix du pétrole).

Après l'analyse des résultats de décompositions de la part de marché international de l'Algérie, nous concluons que la non diversification des exportations malgré tous les avantages géoéconomiques de notre pays, l'Algérie demeure un pays mono-exportateur d'hydrocarbures (98% des produits exporté en moyenne), l'orientation géographique défavorable, la faible compétitivité sont les facteurs à l'origine de faible part de marché international de ce pays. Durant toute la période d'étude, les résultats révèlent aussi que l'effet produit (à travers les produits énergétiques) joue un rôle important dans la légère hausse de la part de marché de ce pays.

La situation des exportations algériennes impose inévitablement et dans l'urgence de revoir sa structure et la mise en œuvre d'une stratégie réelle ainsi qu'une vision à long terme pour promouvoir les exportations hors hydrocarbures, aussi plusieurs mécanismes, facilitations, mesures d'appui et d'accompagnement des produits exporté par ce pays afin d'améliorer leur part de marché international.

Selon plusieurs statistiques, entre 1980 et 2017, certains pays du Maghreb ont enregistré un changement structurel important de la composition de leurs produits exportés. La Tunisie, qui en 1980 était un exportateur de produits agricoles et de pétrole, est actuellement exportatrice de produits de textile, électroniques et chimiques. De l'exportation de produits de phosphates et produits agricoles en 1980, le Maroc était passé en 2017 à l'exportation de produits textiles, chimiques et électroniques.

L'Algérie dispose d'un potentiel de ressources très important qui lui permettra de diversifier ses exportations. Mais, après 56 ans d'indépendance et malgré l'ouverture commerciale adoptée par l'Etat dès la moitié des années 1990, on n'enregistre pas de changement sensible en ce qui concerne leur exportation en termes de produits. A part l'évolution en valeur et en volume qui dépend hautement du changement des prix du pétrole sur le marché international, comme le prouve la baisse drastique des revenus des hydrocarbures suite à la baisse vertigineuse des prix de pétrole dès le deuxième semestre de l'année 2014, le retard qu'accuse ce pays dans son intégration internationale comparée à plusieurs pays, est dû à l'absence d'une politique d'ouverture économique maîtrisée (par conséquent la non diversification de l'offre économique de l'Algérie). Donc, l'objectif de l'Etat algérien de sortir de la dépendance à l'export des produits énergétiques n'est pas encore réalisé ; situation qui écarte ce pays de différents champs de compétitivité internationale.

Les résultats de notre travail de recherche ont montré encore une fois que la faible part de marché international de l'Algérie est expliquée par une absence d'une vision stratégique et intégrée dans les différents secteurs. Les exportations des produits hors énergie ne représentent qu'environ 2% de l'ensemble des produits exportés. Bien que l'Algérie enregistre une petite amélioration dans leur panier d'exportation dès l'année 2015 (comme dans les produits agricoles, chimies, agroalimentaires, ...), reste que cette situation nécessite une stratégie efficace de diversification des exportations par l'Etat algérien.

À la lumière de ce travail de recherche, nous tenons de tirer quelques enseignements pour l'Algérie afin d'augmenter sa part de marché international et de diversifier son panier de produits destinés à l'étranger. En voici les principales recommandations que nous proposons:

- ❖ Orienter les IDE aux secteurs stratégiques notamment le secteur d'industrie (créateur de richesse et emploi), en améliorant la formation du capital humain et réduire la fuite des cerveaux;

- ❖ Profiter des avantages offerts par les accords régionaux de libre échange afin de diversifier les clients;
- ❖ Réduire la dépendance aux hydrocarbures, en allant vers d'autres secteurs dont l'Algérie possède un avantage tel que le secteur agricole (avec l'exploitation des terres agricoles non utilisées) et le secteur industriel(en utilisant les dispositions dont dispose ce pays);
- ❖ Encourager le pays à la participation dans les chaînes de valeur mondiales (un moyen pour stimuler sa compétitivité) à travers ses exportations notamment dans le secteur mécanique avec l'amélioration de la performance logistique, en terme de moyen de transport, compétences et qualité des services et surtout facilité d'obtention des prix compétitifs;
- ❖ Mettre des mécanismes facilitateurs, mesures d'appui et d'accompagnement à la disposition des entreprises algériennes qui désirent positionner leurs produits aux marchés mondiaux;
- ❖ Pousser et encourager les entreprises algériennes à l'exportation pour acquérir une expérience très enrichissante;
- ❖ Améliorer la qualité des institutions algériennes (d'après les indicateurs du climat des affaires) qui constitue l'un des obstacles majeurs à l'émergence d'acteurs économiques dans les différents secteurs.

Ce travail de recherche laisse cependant en suspens d'autres questions, ces dernières ouvrent des perspectives pour les futures recherches, à savoir :

- ✚ Quelle est la stratégie à adapter par l'Etat pour augmenter la part de marché international de l'Algérie ?
- ✚ Quelles sont les raisons qui bloquent ou retardent les entreprises algériennes d'exporter leur produits ?
- ✚ Quelle est l'importance de l'industrie manufacturée au sein dans la diversification des exportations algériennes ?



# **Bibliographie**

### Référence Bibliographie :

- ALAOUI A., 2005, la compétitivité internationale ; stratégies pour les entreprises françaises, Edition l'Harmattan.
- AMARTYA S, 2001, Dix vérités sur la mondialisation, Le Monde, 18 juillet 2001.
- ANDERSON J. E., 1979, A Theoretical Foundation for the Gravity Equation, The American Economic 69 (1), 106-116.
- ANDREFF, W., 2009, Réformes, libéralisation, privatisation en Algérie : point de vue d'un outsider en 1988-1994, in Confluences Méditerranée, automne.
- ANTONIN. C., 2001, Pétrole : vers un troisième choc pétrolier ?, in revue de l'OFCE N° 123, Avril 2001.
- ANTRÀS P., 2003, Firms, Contracts, and Trade Structure, Quaterly journal of Economics, Vol. 118, pp. 375-418.
- ANTRÀS P., 2005, Incomplete Contracts and the Product Cycle, American Economic Review, Vol. 95 (4), PP 1054-1073.
- ANTRÀS P., HELPMAN E., 2004, Global Sourcing, Journal of Political Economy, Vol. 112 (3), pp. 552-580.
- AREZKI, R., et BLANCHARD, O., 2014,, , Sept questions sur la chute récente des cours du pétrole, disponible sur le site : <https://www.imf.org/external/french/np/blog/2014/122214f.htm>.
- AUZZANEAU. M., 2015, Or noir : la grande histoire du pétrole, la découverte, Paris
- BELHAJ HASSINE, N., 2006. Compétitivité, avantages comparatifs et qualité : une application sur l'agriculture méditerranéenne.
- BENDERRA, O. & HIDOUCI, G., Mai 2004, Algérie : économie, prédation et État policier, Dossier n° 14.
- BENDERRA, O. & HIDOUCI, G., Mai 2004. Algérie : économie, prédation et État policier, Dossier n° 14. Mai 2004, [http://www.algerie-tpp.org/tpp/pdf/dossier\\_14\\_economie.pdf](http://www.algerie-tpp.org/tpp/pdf/dossier_14_economie.pdf),
- BENISSAD, H., 1997, Le programme d'ajustement structurel, Confluences, automne 1997.
- BERGERON, M., 1976, Les fondements de la théorie d'Heckscher-Ohlin, L'Actualité économique, vol. 52, n° 2, 1976, p. 243-248.
- BERGSTRAND, H., 1985, The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence, Review of Economics and

Statistics, 67(3), 474-481.

- BOJNEC . S., 2003, Three Concepts of Competitiveness Measures for Livestock Production in Central and Eastern Europe, *Agriculturae Conspectus Scientificus*, Vol. 68 (2003) No. 3, pp 209-220.
- BOUDJENAH Y., 2002. Algérie décomposition d'une industrie, La restructuration des entreprises publiques (1980-2000) : l'Etat en question. Paris: l'Harmattan,
- BOUJEMAA R., 2011, Economie de développement en Algérie, Volume 3, 2 édition El Khaldounia.
- CHEBBAH K. M., 2005, évolution du commerce extérieur de l'Algérie 1980-2005 Constat et analyse, *Revue Campus N°7* tiré du site : [http://www.ummo.dz/IMG/pdf/Evolution\\_du\\_commerce\\_exterieur\\_de\\_l\\_Algerie\\_1980-2005.pdf](http://www.ummo.dz/IMG/pdf/Evolution_du_commerce_exterieur_de_l_Algerie_1980-2005.pdf) , consulté le 03-01-2017.(2005) P 38 et 39,
- CHERIF E. C., 2002, Programme d'ajustement structurel et résultats socio-économiques en Algérie, *Revue science humaines n°18*, tiré du site internet : <http://revue.umc.edu.dz/index.php/h/article/download/1040/1146>
- CHIAPPINI, R., 2012, Les indices composites sont-ils des bonnes mesures de la compétitivité des pays ?, *LAREFI Working Paper N° -5*, 2012.
- CNUCED Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement 2015, L'évolution du système commercial international et ses tendances dans une optique de développement, Conseil du commerce et du développement, Soixante-deuxième session Genève, 14-25 septembre 2015.
- Direction des études et des prévisions financières du Maghreb, 2016, « Décomposition de la compétitivité structurelle du Maroc : Marges intensives et extensives de nos exportations ».
- DRZENIEK HANOUCZ, M. & KHATIB, S., 2011, World Economic Forum. Étude de la compétitivité du monde arabe 2010.
- DUFLOT, ROUSSILLON et RIEU, 2014, Un indicateur de compétitivité des filières porcines européennes pour les années 2010, 2011 et 2012, *Les Cahiers de l'IFIP - Vol 1- n° 1 – 2014*.
- DURAND M. & GIORNO, C., Les indicateurs de compétitivité internationale: Aspects conceptuels et évaluation, OCDE, P172. <http://www.oecd.org/fr/eco/perspectives/33842566.pdf>
- FETRIDGE M., DANALD G., 1995, Competitiveness: Concept and Measures,

Occasional Paper n° 5, Industry Canada.

- FLIGENSPANNA F. B., CAPUTI LÉLISB M. T., CUNHAA A. M., CLEZARC V. R., 2015, The Brazilian exports of labor-intensive goods in the 2000s: An analysis using the Constant Market Share Method, *Economia* 16 (2015) 128–144.  
[http://WWW.bpurtugal.pt/default/files/anaxos/papers/ab200813\\_e.pdf](http://WWW.bpurtugal.pt/default/files/anaxos/papers/ab200813_e.pdf)
- FONTAGNE, L., Commerce international, [lionel.fontagne.free.fr/papers/cominter.PDF](http://lionel.fontagne.free.fr/papers/cominter.PDF).
- GAUSSENS, O., PHAN, D. L., 1986, Avantage comparatif et performance dans le commerce international des produits différenciés, *L'Actualité économique*, vol. 62, n° 4, 1986, p. 535-556.
- GOUEL, C., KOUSNETZOFF, N. & SALMAN, H., 2008. Commerce international et transports : tendances du passé et prospective 2020, CEPII.
- GROSSMAN G. M. et HELPMAN E., 2003, Outsourcing versus FDI in Industry Equilibrium, *Journal of European Economic Association*, Vol. 1.
- Grossman G. M., Helpman, E., 2002, Integration versus outsourcing in industry equilibrium, *The Quarterly Journal of Economics* 117, 1: 85-120.
- GROSSMAN, F. et HELMAN, E., 1990, Trade, innovation and Growth. *American Economic Review*, 80: 86-92.
- Groupe de la banque africaine de développement, 2011. Note de dialogue. 2011-2012.
- GUILLOCHON, B., et autres, 2012, *Économie Internationale Commerce et macroéconomie*, éditions Dunod, Paris, 7eme édition.
- HELPMAN. E., MELITZ. M. J., AND YEAPLE. S. R., 2004, Export Versus FDI with Heterogeneous Firms, *THE AMERICAN ECONOMIC REVIEW*, VOL. 94 NO. 1, MARCH 2004, pp. 300-316.
- HENNER. H-F., la politique de compétitivité dans le cadre de la mondialisation.  
[http://www.acp-eu-trade.org/library/files/Henner\\_REXPACO\\_280597\\_politique%20de%20competitivite.pdf](http://www.acp-eu-trade.org/library/files/Henner_REXPACO_280597_politique%20de%20competitivite.pdf)
- HUMMELS D., ISHII J., YI K. M., 2001, The Nature and Growth of Vertical Specialization in World Trade , *Journal of International Economics*, Vol. 54, pp. 75-96.
- HUWA R .T. J., V E R D I E R. L., 2012, La mondialisation économique origines et conséquences, Les essentiels de l'OCDE, Éditions OCDE.  
<http://dx.doi.org/10.1787/9789264111929-fr>,
- International Trade Centre market analysis tools,  
<http://www.intracen.org/marketanalysis>

- JACQUEMIN, A., 1987, The new industrial organization. The MIT press, Cambridge, Massachusetts.
- KHADER, H., 2005, Indicateurs de la performance du commerce international (en Arabe), Arabe Planning Institute. Koweït.
- KRUGMAN, P., 1993, The Narrew and Barrod Arguments for Free Trade, American Economic Review, papers and proceedings, vol. 83, n° 3, Mai 1993.
- KRUGMAN, P., OBSTFELD, M., 2009, Économie internationale, édition Copyright, 8e édition, paris.
- KRUGMAN, P., OBSTFELD, M., MELITZ, M., 2012, Economie internationale, éditions Pearson, 9e édition, France.
- KRUGMAN. P., 1999, La mondialisation n'est pas coupable, vertus et limites de libre échange, Casbah édition.
- KUSUMASTANTO T., Adrianto L., Fahrudin A., 2016, Tuna industries competitiveness in international market. Case of Indonesia, AACL Bioflux, Volume 9, Issue 6. 1251-1259. <http://WWW.bioflux.com.ro/doc/20161251-1259.pdf> .
- LACHAAL. L., La compétitivité : Concepts, définitions et applications, Institut National de la Recherche Agronomique de Tunis (INRAT).
- LAMIRI. A., 1999, Crise de l'économie Algérienne, édition Presse, 1999, Alger,
- LAMIRI.A, 2013, La décennie de la dernière chance : Emergence ou Déchéance de l'économie Algérienne ?, CHIHAB Edition, Alger.
- LANDAU. R., 1992, Technology, capital formation and U.S. competitiveness, International productivity and competitiveness, Hickman, B.G. (ed). Oxford University Press, New York.
- LAPHAM B., 2015, International Trade with Firm Heterogeneity: Theoretical Developments and Policy Implications, [irpp.org/fr/research-studies/aots6-lapham](http://irpp.org/fr/research-studies/aots6-lapham) Redesigning Canadian Trade Policies for New Global Realities, edited by Stephen Tapp, Ari Van Assche and Robert Wolfe, will be the sixth volume of The Art of the State.
- LEITÃO N. C., 2010, The Gravity Model and United States' Trade, European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences - Issue 21 (2010), 91 – 100.
- Lemoine M., Madiès P. & Madiès T., 2016, Les grandes questions d'économie et de finance internationales Décoder l'actualité, De Boeck Supérieur s.a., 2016, Paris, 3<sup>ème</sup> édition.
- MAINGUY, C., 1998, L'Afrique peut-elle être compétitive?, Editions Karthala.

- MARNIESSE, S. & FILIPIAK, E., 2003, Compétitivité et mise à niveau des entreprises : Approches théoriques et déclinaisons opérationnelles, Agence Française de Développement, Paris: MAGELLAN & Cie.
- MARNIESSE. S., FILIPIAK. E., 2003, Compétitivité et mise à niveau des entreprises : approches théoriques et déclinaisons opérationnelles, Agence Française de Développement.
- MARTINET A. (1984), Sciences de gestion et compétitivité de l'entreprise, In PERCEROU R. ed, Entreprise, gestion et compétitivité des entreprises. Economica.
- MELITZ, M., 2003, The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity, *Econometrica*, Vol. 71, No. 6 (Nov., 2003), pp. 1695-1725,
- MERNACHE. A., Conséquences de la crise internationale sur les économies maghrébines : le cas de l'Algérie, Université de Paris 12.
- MICHEL, B. ET MATTE, B. 2010, La part de marché à l'exportation de la Belgique 1993-2008 changements structurels et compétitivité, Working Paper 6-10, Bureau fédéral du Plan Bruxelles
- MICHEL, B. ET MATTE, B. 2010, La part de marché à l'exportation de la Belgique 1993-2008 changements structurels et compétitivité, Working Paper 6-10, Bureau fédéral du Plan Bruxelles.
- MICHEL, B., 2005, Trends in export market shares between 1991 and 2001, Working Paper 7-05, Bureau fédéral du Plan, Bruxelles.
- MICHEL, B., 2005, Trends in export market shares between 1991 and 2001, Working Paper 7-05, Bureau fédéral du Plan, Bruxelles.
- MOATI, P., 2000. Evaluer les performances d'un secteur d'activité. CAHIER DE RECHERCHE N° 148. Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Viep.
- MOERLOOSE, LAMBIN, l'élaboration de la stratégie marketing, Edition Dunod, 7<sup>ème</sup> édition.
- MUCCHIELLI, J.M., 1989, Principes d'économie internationale, édition Economica, paris.
- MUCCIELLI, J., 2002, La compétitivité : définitions, indicateurs et déterminants, Dossier.
- MUTIN. G., 1965, Le commerce extérieur de l'Algérie en 1964, Revue de géographie de Lyon. Vol. 40, n°4.

- NARO G., 2003, Compétitivité rentabilité productivité emploi face à la variété des critères de performance, revue internationale des relations de travail.
- OCAMP. J. A., MARTIN. J., 2005, Mondialisation et développement : un regard de l'Amérique Latine et des Caraïbes, Santiago du chili, avril 2005.
- OCDE, 2005, Mesurer la mondialisation, Manuel de l'OCDE sur les indicateurs de la mondialisation économique.
- OMC, 2008, Le Commerce A L'heure De La Mondialisation, Rapport sur le commerce mondial, Genève.
- OMC, 2013, Facteurs déterminant l'avenir du commerce mondial, Rapport sur le commerce mondial 2013.
- OMC, 2015, Accélérer le commerce : avantages et défis de la mise en œuvre de l'Accord de l'OMC sur la facilitation des échanges, Rapport sur le commerce mondial 2015.
- OMC, 2016, L'examen Statistique Du Commerce Mondial 2016, Rapport sur le commerce mondial 2016.
- OMC, 2017, Examen statistique du commerce mondial 2017, Rapport sur le commerce mondial 2017.
- OMC, 2018, Examen statistique du commerce mondial 2018, Rapport sur le commerce mondial 2018.
- PARANQUE. B., 1995, Compétitivité des entreprises et forces concurrentielles, BULLETIN DE LA BANQUE DE FRANCE, 2e trimestre 1995.
- PHILIPPAS, N., 2005/10-11A., Compétitivité : Classements internationaux, SPF Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie. Carrefour de l'économie.
- Porter, M., 1993, Avantage concurrentiel des nations, Paris, Inter édition.
- PORTER. M., 1990, The competitive Advantage of Nations, The free press, New York.
- RAINELLI, M., 2009, Le commerce international, éditions La Découverte, 10 ème édition, paris.
- RAINELLI, M., 2005, État des lieux du commerce international les théories du commerce international, mondialisation et commerce international cahiers français n 325.
- RAVIX J. T., SAUTEL O., 2007, Comportements Des Firmes Et Commerce International, Janvier 2007, Revue de l'OFCE 100, PP 176 – 199.
- REINERT, E S., 1994, Competitiveness and its Predecessors – a 500-year Cross-National Perspective, Paper prepared for the Business History Conference,

Williamsburg. Virginia, March 11-13.

- SALVATORE, D., 2008, Economie internationale, Groupe De Boek s.a., Parais.
- SEBASTIEN J. 2015, Le ralentissement du commerce mondial annonce un changement de tendance, La Lettre du Centre d'études prospectives et d'informations internationales, N° 356 – Septembre 2015.
- SEDDI. A., 2012, **Compétitivité économique: quel potentiel pour l'Algérie?**, Thèse de Doctorat, Université d'Oran, Alger
- SHARPLES. J. ET MILHAM. N., 1990, Long run competitiveness of Austrian agriculture, USDA, Economic Research Services, Foreign Agricultural Economics Report.
- SPENCER, A., BRANDER, J., 1983, International R&D Rivalry and Industrial Strategy, Review of Economic Studies, vol 50.
- TALAHITE, F., 2006, L'économie Algérienne depuis 1962 : le poids croissant des hydrocarbures. TENDANCES ECONOMIQUES. AFKAR/IDEES. PRINTEMPS/ETE.
- TEMAR. H., 2015, L'économie algérienne, les stratégies de développement, tom I, OPU 2015.
- TINBERGEN, J., 1962, Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economic Policy, New York, NY: Twentieth Century Fund.
- TOWER. E., 1992, Domestic Ressource Cost, journal of International Economic Integration 7 (1), spring 1992, pp 20 – 44.
- [www.ONS.dz](http://www.ONS.dz)



# **Annexes**

## **Annexe 1 : Définition des zones de destination et des groupes de produits**

### **1. Zones géographiques ou de destination**

#### **Maghreb :**

Le Maroc, la Tunisie, la Mauritanie, la Libye.

#### **Le reste des pays d'Afrique:**

Égypte, Soudan, Burundi, Comores, Djibouti, Érythrée, Éthiopie, Kenya, Madagascar, Malawi, Maurice, Mozambique, Rwanda, Seychelles, Somalie, Somaliland de facto, Soudan du Sud, Tanzanie, Ouganda, Zambie, Zimbabwe, Cameroun, la Guinée équatoriale, le Gabon, la République du Congo, Bénin, Burkina Faso, Cap-Vert, Côte d'Ivoire, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Liberia, Mali, Niger, Nigeria, Sénégal, Sierra Leone, Togo, Botswana, Lesotho, Namibie, Afrique du Sud, Swaziland.

#### **Asie:**

Afghanistan, Arabie Saoudite, Arménie, Azerbaïdjan, Bahreïn, Bangladesh, Bhoutan, Brunéi Darussalam, Cambodge, Chine, Chypre, Emirats Arabes Unis, Géorgie, Inde, Indonésie, Iran, République islamique d'Iraq, Israël, Japon, Jordanie, Kazakhstan, Kirghizistan, Koweït, Liban, Malaisie, Maldives, Mongolie, Myanmar, Népal, Oman, Ouzbékistan, Pakistan, Philippines, Qatar, République Arabe Syrienne, République de Corée, République démocratique populaire lao, République Populaire Démocratique de Corée, Singapour, Sri Lanka, Tadjikistan, Thaïlande, Turquie, Turkménistan, Viet Nam, Yémen

#### **Union Européenne:**

l'Allemagne, l'Autriche, la Belgique, la Bulgarie, Chypre, la Croatie, le Danemark, l'Espagne, l'Estonie, la Finlande, la France, la Grèce, la Hongrie, l'Irlande, l'Italie, la Lituanie, la Lettonie, le Luxembourg, Malte, les Pays-Bas, la Pologne, le Portugal, la République tchèque, la Roumanie, le Royaume-Uni, la Slovaquie, la Slovénie et la Suède.

#### **Le reste des pays d'Europe:**

Albanie, Andorre, Biélorussie, Bosnie-Herzégovine, Island, Kosovo, Liechtenstein, Macédoine, Moldavie, Monténégro, Norvège, Russie, Saint-Marin, Serbie, Ukraine, Vatican.

### **Amérique:**

Antigua – et –Barbuda, Argentine, Bahamas, Barbade, Belize, Bolivie, Brésil, Canada, Chili, Guyana, Haïti, Honduras, Jamaïque, Mexique, Nicaragua, Panama, Paraguay, Colombie, Costa Rica, Cuba, République dominicaine, Dominique, Équateur, États-Unis, Grenade, Guatemala, Saint-Christophe-et-Niévès, Sainte-Lucie, Saint-Vincent-et-les Grenadines, Salvador, Suriname, Trinité-et-Tobago, Uruguay, Venezuela

### **Océanie:**

Australie, Fidji, Kiribati, Marshall, Micronésie, Nauru, Nouvelle-Zélande, Palaos, Papouasie-Nouvelle-Guinée, Salomon, Samoa, Timor-Oriental, Tonga, Tuvalu, Vanuatu.

## **2. groupes de produits**

### **Industrie Alimentaire:**

Céréales, Autres produits agricoles comestibles, Produits alimentaires non comestibles, Produits céréaliers, Matières grasses (d'origine végétale ou animale), Viande et poisson, Conserves de viande et de produits de la pêche, Produits alimentaires et végétaux en conserve, Aliments pour animaux, Boissons, Tabacs manufacturés.

### **Energie:**

Charbon (y compris lignite et autres produits de l'énergie primaire), Pétrole brut, Gaz naturel (y compris tous les gaz de pétrole), Coke, Produits pétroliers raffinés, Électricité.

### **Produits chimique de base et produits dérivés:**

Céramique (y compris les produits minéraux manufacturés), Verre (couverts et creux), Produits chimiques inorganiques de base, Engrais, Produits chimiques organiques de base, Peintures, colorants et produits chimiques intermédiaires, Produits de toilette, savons et parfums (Préparations), Produits pharmaceutiques, Plastiques, fibres et résines synthétiques, Articles en matières plastiques, Articles en caoutchouc (y compris les pneumatiques), Minerais non transformés.

**Bois et papier:**

Articles en bois, Meubles en bois ou en autres matières, Papier et pâtes, Impression et publications, Jouets, articles de sport et articles divers

**Industrie sidérurgique et métaux non ferreux:**

Industrie sidérurgique (y compris la fonte et la tôle d'acier), Tubes et produits de première transformation, Minerais et débris de fer, Métaux non ferreux, Minerais et débris non ferreux.

**Mécanique et véhicules:**

Grandes structures métalliques, Matériel divers, Moteurs, turbines et pompes, Équipement agricole, Machines-outils, Équipement de construction et travaux publics, Machines spécialisées, Armes et armements, Navires (y compris les plates-formes pétrolières) Aéronautiques , Voitures (y compris les motos), Véhicules utilitaires et matériel de transport (y compris véhicules de transport public et matériel ferroviaire).

**Electroniques:**

Appareils électriques (y compris les appareils passifs) Electronique Instruments de précision, Horlogerie, Optique et équipement photographique et cinématographique, Composants électroniques, Électronique grand public, Équipement de télécommunication, Matériel informatique (y compris le matériel de bureau).

**Autres:**

Pierres précieuses, bijoux, objets d'art, Or non monétaire, Non spécifié ailleurs.

## Annexe 2 : les exportations Algériennes par produits et marché géographique

Tableau 1 : les exportations Algériennes de produits i vers le marché j en 2001

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2001}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{j=1} q_{ij}^{2001}$
Industrie Alimentaire	1474	27	194	25694	764	548	0	28701
Energie	247757	130365	1633158	12227281	94273	4501915	22684	18857433
Produits chimiques de base et produits dérivés	407	57	3955	36388	0	9424	0	50231
Bois et papier	247	37	2048	15122	3	556	0	18013
Textile	2833	50	2074	22330	0	46	0	27333
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	21579	313	10960	58518	522	4285	0	96177
Mécanique et véhicules	494	0	50751	6664	10	6534	0	64453
Électroniques	751	7	235	3475	7	24	0	4499
Autres	0	0	0	1	0	0	0	1
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2001}$	275542	130856	1703375	12395473	95579	4523332	22684	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2001}$ 19146841

Tableau 2 : les exportations Algériennes de produits i vers le marché j en 2002

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2002}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1} q_{ij}^{2002}$
Industrie Alimentaire	10913	251	410	29643	1888	603	0	43708
Energie	203905	190503	1455944	11995881	37390	4527939	36955	18448517
Produits chimiques de base et produits dérivés	2415	180	11249	12970	136	5252	0	32202
Bois et papier	721	48	6752	8612	0	316	6	16455
Textile	1789	161	1587	23114	58	4	0	26713
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	28607	953	44202	121646	158	3982	0	199548
Mécanique et véhicules	692	4446	40603	9098	267	1413	28	56547
Électroniques	495	84		6464	210	556	0	7809
Autres	0	0	1	0	0	0	0	1
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2002}$	249537	196626	1560748	12207428	40107	4540065	36989	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2002}$ 18831500

Tableau 3 : les exportations Algériennes de produits i vers le marché j en 2003

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2003}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^9 q_{ij}^{2003}$
Industrie Alimentaires	11957	725	782	36533	519	1088	0	51604
Energie	225213	317079	1680070	14427169	112360	7577568	0	24339459
Produits chimique de base et produits dérivés	3640	369	19505	34162	4	9041	0	66721
Bois et papier	1710	47	4859	12301	30	726	0	19673
Textile	5240	101	1927	15597	28	5	0	22898
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	12259	60	28578	85725	1232	764	0	128618
Mécanique et véhicules	749	2197	2041	13682	170	2195	0	21034
Électroniques	389	20		2307	67	303	0	3086
Autres	0	0	1	3	1	0	0	5
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2003}$	261157	320598	1737763	14627479	114411	7591690	0	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2003}$ 24653098

Tableau 4 : les exportations Algériennes de produits i vers le marché j en 2004

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2004}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^9 q_{ij}^{2004}$
Industrie Alimentaire	16699	1249	1566	39441	1247	1420	0	61622
Energie	316110	467392	2153477	17110824	203990	11388760	20698	31661251
Produits chimiques de base et produits dérivés	10040	957	1808	31954	81	8178	0	53018
Bois et papier	3563	18	745	14369	130	403	0	19228
Textile	4108	153	428	11949	97	109	0	16844
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	54879	1009	43165	111974	7183	2429	0	220639
Mécanique et véhicules	947	4371	20851	5829	704	8050	0	40752
Eléctroniques	244	239		1191	35	1616	0	3325
Autres	0	1	0	0	0	3	0	4
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2004}$	406590	475389	2222040	17327531	213467	11410968	20698	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2004}$ - 32076683

Tableau 5 : les exportations algériennes de produits i vers le marché j en 2005

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2005}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^9 q_{ij}^{2005}$
Industrie Alimentaire	14537	1537	443	50401	527	2293	763	70501
Energie	330210	599159	2908804	25334231	255316	16049749	32409	45509878
Produits chimiques de base et produits dérivés	17111	2221	3266	49574	41	8808	0	81021
Bois et papier	4589	95	894	14101	19	219	0	19917
Textile	1966	110	447	8860	2	369	0	11754
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	47829	1696	88071	124216	4847	2345	141	269145
Mécanique et véhicules	1099	1530	10104	10807	1957	3713	0	29210
Électroniques	407	77		1450	207	1226	0	3367
Autres	0	0	0	1	0	0	0	1
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2005}$	417748	606425	3012029	25593641	262916	16068722	33313	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2005}$ = 45994794

Tableau 6 : les exportations algériennes de produits i vers le marché j en 2006

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2006}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^9 q_{ij}^{2006}$
Industrie alimentaire	14486	4113	4769	60476	2719	1462	0	88025
Energie	383079	452674	3706602	28269883	197515	20871148	1	53880902
Produits chimiques de base et produits dérivés	25028	5228	10907	42408	452	3822	0	87845
Bois et papier	1197	62	1178	13362	100	123	0	16022
Textile	3532	251	3021	13375	20	1691	0	21890
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	83842	3413	118448	273446	9540	683	3	489375
Mécanique et véhicules	2915	674	7124	11924	746	1330	0	24713
Électroniques	700	40		1984	607	1846	5	5182
Autres	0	0	1	0	0	1	1	3
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2006}$	514779	466455	3852050	28686858	211699	20882106	10	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2006}$ 54613957

Tableau 7 : les exportations algériennes de produits i vers le marché j en 2007

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2007}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2007}$
Industrie alimentaire	15277	19524	3140	56510	206	2625	0	97282
Energie	613000	1057814	6257701	25864607	95436	25422042	145182	59455782
Produits chimiques de base et produits dérivés	12472	8795	11865	20736	44	1460	0	55372
Bois et papier	3036	198	2289	12387	3	239	0	18152
Textile	3672	253	3583	13763	102	2449	0	23822
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	106252	15383	72163	223115	7887	690	3	425493
Mécanique et véhicules	5484	1081	4041	10764	172	425	0	21967
Électroniques	1359	1117		4698	28	134	0	7336
Autres	0	0	0	11	0	0	0	11
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2007}$	760552	1104165	6354782	26206591	103878	25430064	145185	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2007}$ 60105217

Tableau 8 : les exportations algériennes de produits i vers le marché j en 2008

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2008}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2008}$
Industrie alimentaire	27803	33534	3925	59545	524	2153	0	127484
Energie	1510025	912811	7539043	40868735	158066	27420241	95955	78504876
Produits chimiques de base et produits dérivés	9825	8815	9798	13250	0	1118	0	42806
Bois et papier	1531	162	2939	11672	2	380	0	16686
Textile	3150	113	5129	18368	0	658	0	27418
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	70606	15830	154273	254490	35710	2270	0	533179
Mécanique et véhicules	2928	745	16689	15652	270	1454	0	37738
Électroniques	285	560		4048	19	316	0	5228
Autres	0	0	0	5	0	0	0	5
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2008}$	1626153	972570	7731796	41245765	194591	27428590	95955	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2008}$ 79295420



Tableau 9 : les exportations algériennes de produits i vers le marché j en 2009

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2009}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2009}$
Industrie alimentaire	10105	40096	14334	48544	464	2778	0	116321
Energie	796816	509728	5535503	23033148	214920	14650141	48596	44788852
Produits chimiques de base et produits dérivés	16028	3224	3235	6087	1	34	0	28609
Bois et papier	1723	757	3823	3567	0	61	0	9931
Textile	717	47	2525	11236	0	87	0	14612
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	28274	3574	71765	74086	29999	1030	26	208754
Mécanique et véhicules	3104	7879	2568	6980	12	1557	0	22100
Électroniques	729	312	0	3066	29	269	0	4405
Autres	0	0	0	1	0	0	0	1
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2009}$	857496	565617	5633753	23186715	245425	14655957	48622	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2009}$ 45193585

Tableau 10 : les exportations algériennes de produits i vers le marché j en 2010

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2010}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2010}$
Industrie alimentaire	47231	86789	130842	49897	2961	2207	5	319932
Energie	1180093	454570	6919121	27839916	594040	19433171	27279	56448190
Produits chimiques de base et produits dérivés	11324	6483	3501	5216	1	145	0	26670
Bois et papier	777	433	7726	3479	5	57	0	12477
Textile	544	41	7695	11707	0	755	0	20742
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	39447	7744	55911	92339	9138	788	0	205367
Mécanique et véhicules	1065	1653	1620	8386	197	1254	0	14175
Électroniques	776	239	0	998	66	1619	0	3698
Autres	0	0	0	1	0	0	0	1
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2010}$	1281257	557952	7126416	28011939	606408	19439996	27284	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2010}$ 57051252

Tableau 11 : les exportations algériennes de produits i vers le marché j en 2011

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2011}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{j=1} q_{ij}^{2011}$
Industrie Alimentaire	45342	47817	95161	159055	8562	2852	10	358799
Energie	1486362	746732	7902166	37029677	1761151	23859057	40498	72825643
Produits chimiques de base et produits dérivés	11724	7761	11649	3344	3	4201	0	38682
Bois et papier	2457	174	18617	5245	0	178	0	26671
Textile	726	122	14713	16502	0	2	0	32065
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	36242	6810	17894	67065	4231	1847	0	134089
Mécanique et véhicules	1025	3185	6314	4126	36	2167	0	16853
Électroniques	554	653	0	1038	104	265	0	2614
Autres	0	0	0	0	0	0	0	0
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2011}$	1584432	813254	8066514	37286052	1774087	23870569	40508	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2011}$ 73435416

Tableau 12 : les exportations algériennes de produits i vers le marché j en 2012

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2012}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{j=1} q_{ij}^{2012}$
Industrie Alimentaire	10316	44029	142627	89692	12525	5907	56	305152
Energie	2016318	765996	8159904	39619210	675636	20098685	32795	71368544
Produits chimiques de base et produits dérivés	6717	2906	18876	4159	3	186	0	32847
Bois et papier	1509	103	6789	3240	6	76	0	11723
Textile	1107	277	5246	18200	0	4	0	24834
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	31597	11840	2867	35731	0	4088	3	86126
Mécanique et véhicules	2059	780	3079	3433	2651	3524	2	15528
Électroniques	3221	650	0	695	0	535	0	5101
Autres	0	0	1	0	0	0	0	1
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2012}$	2072844	826581	8339389	39774360	690821	20113005	32856	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2012}$ 71849856

Tableau 13 : les exportations algériennes de produits i vers le marché j en 2013

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2013}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{j=1}^9 q_{ij}^{2013}$
Industrie alimentaire	31564	57814	130227	131666	24713	3409	35	379428
Energie	2681088	629482	7986641	42653539	15780	11360350	75770	65402650
Produits chimiques de base et produits dérivés	7304	6638	15057	28585	58	1455	0	59097
Bois et papier	3070	94	6552	3269	2	66	0	13053
Textile	1546	10	6051	18862	0	1	0	26470
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	23982	11912	1689	28887	3	1425	10	67908
Mécanique et véhicules	1406	653	798	7423	1439	2437	0	14156
Électroniques	2574	4457	0	697	3	942	1	8674
Autres	0	0	6	2	0	0	0	8
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2013}$	2752534	711060	8147021	42872930	41998	11370085	75816	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2013}$ 65592016

Tableau 14 : les exportations algériennes de produits i vers le marché j en 2014

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2014}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{j=1}^9 q_{ij}^{2014}$
Industrie Alimentaire	79729	14961	113643	89819	19696	2333	9	320190
Energie	2877478	558728	8726616	38133560	135975	9181487	1539	59615383
Produits chimiques de base et produits dérivés	5216	1442	3104	282678	4	28416	0	320860
Bois et papier	4503	171	7619	4722	277	116	0	17408
Textile	597	223	5411	23620	0	32	0	29883
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	20170	8596	813	20882	0	3184	16	53661
Mécanique et véhicules	826	2355	553	4058	1582	4209	0	13583
Électroniques	1450	413	0	422	2	1219	0	3506
Autres	0	0	0	0	0	0	0	0
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2014}$	2989969	586889	8857759	38559761	157536	9220996	1564	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2014}$ 60374474

Tableau 15 : les exportations algériennes de produits i vers le marché j en 2015

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$q_{ij}^{2015}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{j=1} q_{ij}^{2015}$
Industrie Alimentaire	27457	36046	90844	63369	15943	3631	31	237321
Energie	1506190	535713	4785712	22584741	55245	4489249	73741	34030591
Produits chimiques de base et produits dérivés	3371	2076	1413	368262	7	55042	1	430172
Bois et papier	4461	182	6044	3938	426	59	0	15110
Textile	410	85	4826	13951	0	8	0	19280
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	11807	2293	891	17134	9	1065	0	33199
Mécanique et véhicules	282	1279	7390	1454	4509	2697	0	17611
Électroniques	1510	312		442	0	1491	0	3755
Autres	0	0	0	0	0	0	0	0
$\sum_{i=1}^7 q_{ij}^{2015}$	1555488	577986	4897120	23053291	76139	4553242	73773	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 q_{ij}^{2015}$ 34787039

### Annexe 3 : les exportations Mondiales par produit et marché géographique

Tableau 1 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2001

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2001}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{j=1}^9 Q_{ij}^{2001}$
Industrie Alimentaire	2500033	13103865	123700228	209456083	20425782	97731322	5203823	472121136
Energie	3474148	14906743	282730160	301497674	28414241	234995070	10709890	876727926
Produits chimiques de base et produits dérivés	1837578	10071799	124362751	248195585	24652084	132664577	9873592	551657966
Bois et papier	735907	3488074	49143673	95463283	8501327	59906429	3416283	220654976
Textile	4228843	4150599	136685816	179591921	12196147	134674985	5181498	476709809
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	1463083	7436791	157014777	238249600	24049518	140348485	6717148	575279402
Mécanique et véhicules	5807332	29523893	638086870	939909408	60141318	778114622	35732427	2487315870
Electroniques	572057	2977818	92663023	134716908	12467194	121063991	5765066	370226057
Autres	43128	4169783	16100111	85082608	6107661	62483209	257316	174243816
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2001}$	20662109	89829365	1620487409	2432163070	196955272	1761982690	82857043	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2001}$ 6204936958

Tableau 2 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2002

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2002}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{j=1}^9 Q_{ij}^{2002}$
Industrie Alimentaire	2765604	13877271	125729657	228243197	22655803	101076563	5969674	500317769
Energie	3400078	13280134	286689573	307452376	29846470	220353808	10480070	871502509
Produits chimiques de base et produits dérivés	2018779	10888470	137650248	293453909	27689773	141544197	11181836	624427212
Bois et papier	804223	3380089	50238418	100977771	9417159	59949226	3855595	228622481
Textile	4322777	4148288	136911381	188386983	13070069	135731085	5990278	488560861
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	1593246	7781111	172494264	246677514	23819391	141806834	7941572	602113932
Mécanique et véhicules	5978625	30075996	703009418	959576736	64666109	770114280	42260580	2575681744
Electroniques	622224	3193074	97294026	141512104	13764318	125391705	6674246	388451697
Autres	1017	4694535	16959022	79097055	5958751	62157341	684794	169552515
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2002}$	21506573	91318968	1726976007	2545377645	210887843	1758125039	95038645	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2002}$ 6449230720

Tableau 3 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2003

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2003}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{j=1} Q_{ij}^{2003}$
Industrie Alimentaire	2667579	15927074	143325355	275772528	27134470	110562239	7419882	582809127
Energie	4278947	18023687	365864562	376038746	34598058	275416399	12934331	1087154730
Produits chimiques de base et produits dérivés	2445380	12287945	162535398	356609515	33168142	162058419	13473926	742578725
Bois et papier	958319	4085567	56177059	118668271	11028954	62854268	4669858	258442296
Textile	4908918	5321069	149543178	218293159	14680467	143602050	6940160	543289001
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	2076083	9184341	218335600	295642779	27715325	147116389	10060238	710130755
Mécanique et véhicules	7238766	38262178	842364717	114190085 3	76244159	793185800	51910769	2951107242
Electroniques	732163	3781557	121227885	168725065	16030733	135433913	7967441	453898757
Autres	1093	6038620	16870040	113776714	8667437	60009734	542019	205905657
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2003}$	25307248	112912038	2076243794	3065427630	249267745	1890239211	115918624	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2003}$ 7535316290

Tableau 4 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2004

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2004}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{j=1} Q_{ij}^{2004}$
Industrie Alimentaire	3294892	17022316	167150090	318135501	31410296	121822245	8514782	667350122
Energie	5297274	21727046	500380382	494305168	45180409	348981550	17585418	1433457247
Produits chimiques de base et produits dérivés	2913471	14109443	200519409	425508971	42583992	188062137	16439602	890137025
Bois et papier	1124826	4380489	65856875	134895333	13130196	75086932	5395364	299870015
Textile	5087595	6318877	167606463	246546678	17383401	156195533	8107732	607246279
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	2909611	10751713	298452163	381049041	38341935	195065615	12110736	938680814
Mécanique et véhicules	10008439	43847809	105446678 3	137583515 7	10021817 0	913974426	62516261	3560867045
électroniques	857034	4744306	157833497	198146522	19456888	153226958	9949139	544214344
Autres	1421	6705099	19812736	142810578	10670480	64846724	557308	245404346
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2004}$	31494563	129607098	2632078398	3717232949	318375767	2217262120	141176342	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2004}$ 9187227237

Tableau 5 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2005

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2005}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2005}$
Industrie Alimentaire	3575850	19742104	180522290	341456317	36238212	133798888	9308294	724641955
Energie	7469214	28709240	668683433	648587222	53533741	462904567	23018104	1892905521
Produits chimiques de base et produits dérivés	3172512	16411761	234708329	467688542	49781046	216769931	18374649	1006906770
Bois et papier	1219574	5089684	70188744	140060342	14350101	80582684	5545068	317036197
Textile	4943516	7062735	178220168	257423145	19338326	170486657	8684011	646158558
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	3212088	14542135	369051838	417820726	44141836	224766054	14078731	1087613408
Mécanique et véhicules	10297338	53764783	1207820565	1460877632	120324312	1018143638	69867332	3941095600
électroniques	1011301	5512749	180368346	216480505	20973920	168327923	11046243	603720987
Autres	391	9466551	37472685	102191723	8568400	69251804	643910	227595464
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2005}$	34901784	160301742	3127036398	4052586154	367249894	2545032146	160566342	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2005}$ 10447674460

Tableau 6 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2006

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2006}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2006}$
Industrie Alimentaire	3525164	25873066	184620453	373074082	43085605	149857186	10193081	790228637
Energie	8285237	39696148	832563632	787997083	66975374	528078703	28913876	2292510053
Produits chimiques de base et produits dérivés	3536143	21197770	261542000	527287418	60619333	241682479	18981710	1134846853
Bois et papier	1336194	5986867	74736380	151664945	16146758	83395087	5575321	338841552
Textile	5097790	8233717	186242707	279274735	22634597	181221420	8959033	691663999
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	3931447	18749643	398143849	538807864	57696141	275216744	16961513	1309507201
Mécanique et véhicules	11064807	73794383	1358497597	1654476542	152374639	1132456546	73335991	4456000505
électroniques	1006794	6871963	201793183	241599924	25817229	185270242	11904855	674264190
Autres	7406	10181338	57271313	130525393	11080594	85740866	800528	295607438
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2006}$	37790982	210584895	3555411114	4684707986	456430270	2862919273	175625908	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2006}$ 11983470428

Tableau 7 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2007

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2007}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^9 Q_{ij}^{2007}$
Industrie Alimentaire	7353892	33793529	231558150	447718905	53903836	173780015	12563222	960671549
Energie	1075638 2	46318850	973261297	872705438	81994510	583255055	33267252	2601558784
Produits chimiques de base et produits dérivés	5360874	26365455	309926218	620461818	74362674	271956604	22594862	1331028505
Bois et papier	1848267	6891459	87635851	179567890	20136320	83005155	6504090	385589032
Textile	6481512	9814433	201282746	315171808	28640273	191295875	10152313	762838960
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	6264305	24654823	533088842	658514205	73746416	292819037	20733932	1609821560
Mécanique et véhicules	18238084	88629262	1574670211	1881317220	210749146	1219391947	88316224	5081312094
électroniques	1863727	7760407	226534216	269129792	33007743	206133598	13462729	757892212
Autres	1395	12399627	52605428	233028500	14216357	82339924	1515594	396106825
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2007}$	58168438	256627845	4190562959	5477615576	590757275	3103977210	209110218	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2007}$ 13886819521

Tableau 8 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2008

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2008}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^9 Q_{ij}^{2008}$
Industrie Alimentaire	9629601	37712768	303394752	527828746	67926402	202759995	14919500	1164171764
Energie	17347921	63379189	1412516695	1147995806	111190918	788031713	47436961	3587899203
Produits chimiques de base et produits dérivés	6233628	31582025	369788657	703672525	88248663	308117314	26145518	1533788330
Bois et papier	2125704	8083375	96510558	184471736	22735894	80586781	6885298	401399346
Textile	6743129	13835566	215763191	336149324	34353477	192604230	11053396	810502313
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	8248542	34912832	649752730	726694832	86015898	320897799	27133592	1853656225
Mécanique et véhicules	23490124	108568171	1733938802	1997016643	266137297	1243750055	100841188	5473742280
électroniques	2267696	8873358	247608660	300789109	39884847	212981857	15708333	828113860
Autres	1938	13611195	59416724	223010206	16420666	87111578	3629428	403201735
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2008}$	76088283	320558479	5088690769	6147628927	732914062	3436841322	253753214	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2008}$ 16056475056



Tableau 9 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2009

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2009}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^9 Q_{ij}^{2009}$
Industrie Alimentaire	7425572	39712649	266344745	471920290	58645433	178666945	13919749	1036635383
Energie	10627806	52406091	956189006	774518999	77626304	477957014	31600717	2380925937
Produits chimiques de base et produits dérivés	6074362	31838037	319480157	611780564	74129296	260897267	22586132	1326785815
Bois et papier	2021428	8134236	79328044	149313291	18391181	62493472	5681290	325362942
Textile	5855220	11984217	181852781	293072646	28690468	163353449	10028373	694837154
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	7159238	32176996	452124364	473942288	57088426	212799968	21863205	1257154485
Mécanique et véhicules	23581123	107501582	1452700743	1510896938	158525957	978271822	86864402	4318342567
électroniques	2570992	9388631	208372735	261450389	30137097	176474323	14192100	702586267
Autres	1453	6089023	32516191	82428494	19111986	74875232	5533857	220556236
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2009}$	65317194	299231462	3948908766	4629323899	522346148	2585789492	212269825	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2009}$ 12263186786

Tableau 10 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2010

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2010}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^9 Q_{ij}^{2010}$
Industrie Alimentaire	8802398	47635448	330253719	485379782	66303635	199768186	15953927	1154097095
Energie	13065734	67160726	1327010542	944891504	95276274	616788348	40621375	3104814503
Produits chimiques de base et produits dérivés	6746845	38264837	421521133	667158222	87309429	318999255	27575316	1567575037
Bois et papier	2350384	9777442	102961920	161859137	20320703	72063870	6966037	376299493
Textile	6058038	15331107	224129187	313147655	35339366	192523287	11887841	798416481
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	8608330	36053888	618272360	580619485	74001279	286003549	24060693	1627619584
Mécanique et véhicules	27286937	128857010	1868436919	1708420129	197093985	1240791133	100846537	5271732650
électroniques	2789533	10593976	264291470	276253454	35279178	208835461	16287746	814330818
Autres	5697	9385786	59254845	85347897	24817083	76874538	7389335	263075181
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2010}$	75713896	363060220	5216132095	5223077265	635740932	3212647627	251588807	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2010}$ 14977960842

Tableau 11 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2011

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2011}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^9 Q_{ij}^{2011}$
Industrie Alimentaire	11288291	75651570	412424535	573268277	77389519	240691345	19044193	1409757730
Energie	17831177	87239949	1828451878	1240527217	130143498	795821720	57553448	4157568887
Produits chimiques de base et produits dérivés	7416249	48086277	504697716	755054921	105112845	371365720	32621764	1824355492
Bois et papier	2342649	10479976	125990078	178019404	22803506	74947633	7150336	421733582
Textile	7168511	17150561	272514669	363507615	41219450	216434121	13430662	931425589
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	7313284	39921946	784458859	721597297	92565286	345001607	27871972	2018730251
Mécanique et véhicules	20787504	145807222	2090111096	1895916082	260852689	1405612814	115828728	5934916135
électroniques	2064906	11871938	298848826	306390477	42445668	225538773	18152494	905313082
Autres	55407	6942119	101083988	66043163	33623143	86735242	9958735	304441797
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2011}$	76267978	443151558	6418581645	6100324453	806155604	3762148975	301612332	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2011}$ 17908242545

Tableau 12 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2012

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2012}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^9 Q_{ij}^{2012}$
Industrie Alimentaire	13096908	66617374	454108079	554728134	79785247	254740244	20039219	1443115205
Energie	22097880	87917321	1937304609	1283375124	131546159	764238544	61386895	4287866532
Produits chimiques de base et produits dérivés	8949960	47198463	526455883	710222302	107815801	383122844	33351131	1817116384
Bois et papier	2508813	10578878	122619888	155468866	21206791	73873000	6965742	393221978
Textile	7575153	16447537	286766378	326436423	43586584	219794904	14057531	914664510
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	8513588	43869434	868575320	658627693	186589041	351496513	27940093	2145611682
Mécanique et véhicules	26675785	139670281	2290318748	1751117931	276829412	1508517943	126219500	6119349600
électroniques	2852653	12255217	331751515	296246254	48084865	239385995	19556516	950133015
Autres	67225	11534016	121867523	55214167	7286410	94919776	8824909	299714026
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2012}$	92337965	436088521	6939767943	5791436894	902730310	3890089763	318341536	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2012}$ 18370792932

Tableau 13 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2013

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2013}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^9 Q_{ij}^{2013}$
Industrie Alimentaire	23239766	65604457	464067883	593778292	85255251	260972814	20571525	1513489988
Energie	26647263	94347610	1931142563	1246139515	119687613	735258858	58128823	4211352245
Produits chimique de base et produits dérivés	16281823	52243364	530644723	749082010	112693236	388496900	31871941	1881313997
Bois et papier	4216101	10588969	128410071	160075240	22136603	76850978	6658986	408936948
Textile	8904283	17817021	298837180	348178364	44442032	225836220	14428227	958443327
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	17340633	44673976	889248175	610352915	208192866	341734506	25751789	2137294860
Mécanique et véhicules	50910623	142920450	2385502445	1817009587	274033350	1536773490	118713965	6325863910
électroniques	4394427	13907182	332661775	309181941	48444186	247137638	19399791	975126940
Autres	265811	-171861	3465988	8254230	2401388	9602617	187445	24005618
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2013}$	152200730	441931168	6963980803	5842052094	917286525	3822664021	295712492	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2013}$ 18435827833

Tableau 14 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2014

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2014}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1}^9 Q_{ij}^{2014}$
Industrie alimentaire	24533929	66551269	487266566	599331728	80884325	272799615	22133427	1553500859
Energie	23227971	96748563	1858739075	1128385428	103781030	698576468	53321973	3962780508
Produits chimiques de base et produits dérivés	16480026	53172495	545523255	778361791	108811614	405503109	31391034	1939243324
Bois et papier	4497481	11382208	135493412	164990636	20710652	78523628	6895363	422493380
Textile	9044071	20100800	293434901	377950988	42498593	233420682	15035898	991485933
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	17315374	48944827	853452151	619969564	155693590	360317383	25436488	2081129377
Mécanique et véhicules	49309518	138221832	2452973748	1910734596	251438640	1577738085	119099194	6499515613
Électroniques	4513461	14299909	340071006	330466132	47770414	256563569	20407056	1014091547
Autres	70448	14728557	151537568	53682556	8091705	106432106	10040156	344583096
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2014}$	148992279	464150460	7118491682	5963873419	819680563	3989874645	303760589	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2014}$ 18808823637

Tableau 15 : les exportations mondiales de produit i vers le marché j en 2015

Unité : 10<sup>3</sup> Dollar Américain

$Q_{ij}^{2015}$	Maghreb	le reste des pays d'Afrique	Asie	Union Européenne	le reste des pays d'Europe	Amérique	Océanie	$\sum_{i=1} Q_{ij}^{2015}$
Industrie Alimentaire	20803305	57369271	470504974	530071955	61454856	261800914	20521901	1422527176
Energie	16063827	75303836	1184118914	777472259	76374289	457849864	34262501	2621445490
Produits chimiques de base et produits dérivés	14467042	50647972	517183518	694407691	86920710	403510068	28083309	1795220310
Bois et papier	3734414	10533229	122652658	144800599	15728560	77380310	6221196	381050966
Textile	8091140	25699725	289320095	343818745	33205798	237241293	15043453	952420249
Industrie sidérurgique et métaux non ferreux	14981981	45460504	719028915	538767917	136109825	332633998	23881045	1810864185
Mécanique et véhicules	42363244	123894200	2350580441	1805160862	185759516	1576154447	111883470	6195796180
électroniques	4109387	14635378	323477097	311722301	38671610	265597527	19382605	977595905
Autres	58093	16765	4309205	9144101	2504993	12593794	212697	28839648
$\sum_{i=1}^7 Q_{ij}^{2015}$	124672433	403560880	5981175817	5155366430	636730157	3624762215	259492177	$\sum_{i=1}^9 \sum_{j=1}^7 Q_{ij}^{2015}$ 16185760109

## Table des matières

Sommaire	
Remerciements	i
Dédicaces	ii
Liste des figures et des tableaux	
Liste des abréviations	iii
Introduction générale	1
<b>Chapitre 1 : Revue de La Littérature théorique de la compétitivité</b>	8
Introduction du chapitre 1	9
<b>Section 1: la mondialisation : nature et conséquence</b>	10
<b>1.1.</b> Les principales phases de processus de la mondialisation	10
<b>1.2.</b> Les conséquences de la mondialisation	11
<b>Section 2: La compétitivité : émergence, définitions et niveaux d'analyse</b>	12
<b>2.1.</b> Emergence du terme compétitivité	13
<b>2.2.</b> Définitions	13
<b>2.3.</b> Les trois niveaux d'analyse de la compétitivité	14
2.3.1. La compétitivité au niveau de de l'entreprise « micro-économique»	16
2.3.2. La compétitivité au niveau d'un secteur « méso-économique»	17
2.3.3. La compétitivité au niveau d'un pays « macro-économique»	18
<b>Section 3: Les théories de commerce internationale à l'épreuve de la compétitivité « de la richesse à la compétitivité des nations »</b>	18
<b>3.1.</b> Les théories traditionnelles de commerce international	19
3.1.1 Le point de vue mercantiliste sur les échanges	19

3.1.2 La théorie des avantages absolus (Adam Smith 1776)	19
3.1.3 La théorie des avantages comparatifs (David Ricardo 1817)	20
3.1.4 Théorie néoclassique : La théorie d'Heckscher, Ohlin et Samuelson (HOS) et l'approche néo-factorielle	20
3.1.5. Extensions de la théorie traditionnelle : approche néo-technologique	21
<b>3.2. Les nouvelles théories de commerce international</b>	22
3.2.1. Echanges internationaux et rendements croissants « économies d'échelle »	23
3.2.1.1. Les économies d'échelle interne	23
3.2.1.2. Les économies d'échelle externes	23
3.2.2. La différenciation des produits	24
3.2.2.1. La différenciation horizontale « l'approche spatiale »	24
3.2.2.2. La différenciation verticale « l'approche du consommateur représentatif »	25
3.2.2.3. Modèle de concurrence monopolistique de Krugman	25
3.2.3. La politique commerciale et industrielle stratégique	26
<b>3.3. La nouvelle nouvelle théorie de commerce international</b>	28
3.3.1. Le modèle gravitationnel des échanges	29
3.3.2. Coûts du commerce et décisions d'exportation « Un modèle de firmes hétérogènes »	29
3.3.2.1. Modèle de firmes hétérogènes de Melitz	31
3.3.2.2. Le modèle de Helpman, Melitz et Yeaple (2004)	31
3.3.3. Produire à l'étranger : externalisation et firmes multinationales	33
3.3.3.1. Modèle de l'hétérogénéité des choix organisationnels de firme	35
3.3.3.2. Modèle de l'hétérogénéité des firmes et flux commerciaux	36

<b>3.4. Porter et l'avantage concurrentiel des nations</b>	37
3.4.1. Les facteurs de production	42
3.4.2. La demande	42
3.4.3. Les industries amont et apparentées	43
3.4.4. Stratégie, la structure et la rivalité des firmes	43
3.4.5. Le rôle du hasard	43
3.4.6. Le rôle de l'Etat	43
Conclusion du chapitre 1	44
<b>Chapitre 2 : La compétitivité : déterminants, indicateurs et mesures.</b>	45
Introduction du chapitre 2	45
<b>Section 01 : Revue de La Littérature empirique de la compétitivité</b>	46
<b>1.1.</b> La compétitivité selon le rapport d'International Institute for Management Development « IMD »	47
<b>1.2.</b> La compétitivité selon le rapport de World Economic Forum	47
1.2.1. Les piliers de paramètres de base	47
1.2.2. Les piliers sources d'efficience	47
1.2.3. Les piliers de l'économie de la connaissance	50
<b>1.3.</b> La compétitivité selon le rapport de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)	50
<b>Section 02: la compétitivité: types et déterminants</b>	51
<b>2.1</b> les types de la compétitivité	51
2.1.1. La compétitivité prix	53
2.1.2. La compétitivité hors prix	54
<b>2.2</b> Les déterminants de la compétitivité	54
2.2.1 Les déterminants de la compétitivité d'une firme	54
2.2.2 les déterminants de la compétitivité de la nation	54

<b>Section 03: Les indicateurs de mesure de la compétitivité</b>	56
<b>3.1.</b> Les indicateurs de mesure de la compétitivité au niveau d'une firme	57
3.1.1. Indicateurs de compétitivité relative au profit	57
3.1.2. Indicateurs de compétitivité relative à la part de marché	60
<b>3.2.</b> Les indicateurs de mesure de la compétitivité au niveau d'une branche d'activité	60
3.2.1. Indicateurs des coûts et de la productivité	61
3.2.2. Indicateurs de coût des ressources domestique	62
<b>3.3.</b> Les indicateurs de mesure de la compétitivité au niveau d'un pays	63
3. 3. 1. La « Constant Market Shares Analysis » " CMSA "	66
3. 3. 2. L'Avantage Comparatif Révélé (ACR)	71
3. 3. 3. Indice des exportations nettes de Balassa et Bauwen, (NX)	72
Conclusion du chapitre 2	47
<b>Chapitre 3 : Une vue d'ensemble sur la tendance de commerce mondial et l'économie Algérienne</b>	75
Introduction du chapitre 3	76
<b>Section 01 : Un aperçu sur la tendance de commerce mondial.</b>	77
<b>1.1</b> L'internationalisation des échanges et la première phase de mondialisation	78
<b>1.2</b> le progrès technologique et la deuxième phase de mondialisation	83
<b>1.3</b> l'émergence de la fragmentation des processus productifs au sein des firmes	85
1.3.1 L'évolution de commerce internationale depuis 1980	86
1.3.2 Les chaînes de valeur et les réseaux de production	86



<b>Section 02 : Un aperçu sur l’historique de l’économie algérienne.</b>	87
2.1 Situation du commerce extérieur Algérien à l’ère de « l’Algérie française» 1830-1962	88
2.2 Une économie socialiste et planification centralisée : de l’indépendance jusqu’en 1987/88	88
2.3 Libéralisation économique et politique 1987/88-1991	92
2.4 Interruption et remise en cause de la réforme de 1992 à 1994	94
2.5 Le programme d’ajustement structurel (PAS) de 1994 à 1998	94
2.6 Hausse des revenus des hydrocarbures et poursuite des réformes 1998 – 2014	96
2.6.1 Programme spécial de relance économique (PSRE)	96
2.6.2 Programme complémentaire du soutien à la croissance (PCSC)	97
2.6.3 Programme complémentaire de la croissance économique (PCCE)	97
2.7 Baisse des revenus des hydrocarbures à la fin de l’année 2014 et jusqu’à la fin 2017	99
<b>Section 03 : Essentiels contraintes et enjeux pour l’économie algérienne.</b>	101
3.1.Exportations Algérienne et syndrome hollandais	101
3.2.La croissance fabuleuse des importations	102
3.3.Déséquilibres régionaux et développement régional	105
3.4.Le climat des affaires défavorable au développement du secteur privé	105
3.5.Insuffisance de l’efficacité du secteur bancaire et financier	106
3.6.L’impact de l’investissement public	106

Conclusion du chapitre 3	108
<b>Chapitre 4 : Les exportations algériennes : changements structurels et compétitivité</b>	109
Introduction du chapitre 4	110
<b>Section 01 : les exportations de l'Algérie une vue d'ensemble.</b>	111
<b>1.1</b> Tendance générale des exportations algériennes de 2001 à 2015	111
1.1.1 La variation des importations Mondiales et les exportations algériennes de 2001 à 2015	113
1.1.2 La part de marché à l'exportation de l'Algérie	114
<b>1.2</b> Prédominance du secteur des hydrocarbures dans les exportations algériennes de 2001 à 2015	117
1.2.1 La structure des exportations algériennes	117
1.2.2 L'évolution des exportations algériennes et les prix de pétrole	
<b>1.3</b> La destination géographique des exportations algériennes de 2001 à 2015	118
<b>Section 02 : Présentation de la méthodologie de travail et littérature récente sur l'analyse de l'évolution des parts de marché à l'exportions.</b>	121
<b>2.1</b> Méthodologie de travail	123
<b>2.2</b> Sources des données utilisées pour le calcul de la part de marché à l'exportation de l'Algérie	123
<b>2.3</b> Littérature récente sur l'analyse de l'évolution des parts de marché à l'exportions	124
<b>Section 03 : Analyse de la compétitivité Algérienne à travers la méthode « Constant Market Share Analysis » «CMSA »</b>	125

<b>3.1</b> Importations mondiales par catégories de produits et par zones de destination	126
<b>3.2</b> Exportations algériennes par catégories de produits et par zones de destination	127
3.2.1 Les exportations algériennes par catégories de produits	129
<b>3.3</b> Analyse des résultats de décomposition de la variation de la part de marché de l'Algérie	129
3.3.1 Décomposition de la variation de la part de marché globale de l'Algérie durant la période 2001-2015	132
3.3.2. Résultats de calcul de la CMSA global par catégories de produits et par zone de destination	134
3.3.3. Résultats de calcul de la CMSA détaillée par catégories de produits et par zone de destination	135
3.3.3.1 Les changements dans la part de marché internationale de l'Algérie de 2001 à 2008	137
3.3.3.2 Les changements dans la part de marché internationale de l'Algérie de 2009 à 2013	138
3.3.3.3 Les changements dans la part de marché internationale de l'Algérie de 2013 à 2014	139
3.3.3.4 Les changements dans la part de marché internationale de l'Algérie de 2014 à 2015	141
142	142
144	144
Conclusion du chapitre 04	149
Conclusion générale	150
Bibliographie	157
Annexes	165

## La part de marché à l'exportation de l'Algérie « 2001 – 2015 » : changements structurels et compétitivité.

### Résumé :

Après 56 ans de l'indépendance de l'Algérie, on n'enregistre pas de grands changements en ce qui concerne son exportation en termes de produits. A part l'évolution en valeur et en volume qui dépend hautement du changement des prix du pétrole sur le marché international, la décomposition de la part de marché à son exportation par la méthode de Constant Market Share Analysis « CMSA » durant la période 2001 - 2015 révèle que les pertes et la stagnation de cette part provient d'une faiblesse structurelle (produit, marché géographique et produit-marché) et de la compétitivité au cours de la période 2001 - 2015. Après l'analyse des résultats nous concluons que la non diversification des exportations Algériennes, la faible compétitivité et l'orientation géographique très défavorable sont à la base d'une faiblesse dans la compétitivité et dans la part de marché de l'Algérie.

**Mots clés:** la part de marché, exportations algériennes, importations mondiales, la compétitivité, la destination géographique, les produits, la diversification, CMSA, spécialisation, la demande mondiale.

### The export market share of Algeria "2001 - 2015": structural changes and competitiveness.

#### Abstract:

After 56 years of Algeria's independence, there are no major changes in terms of exports in terms of products. Apart from the evolution in value and volume that depends highly on the change in oil prices on the international market. The decomposition of Algeria's export market share by the Constant Market Share Analysis (CMSA) method during the period 2001 - 2015 reveals that the losses and stagnation of this share come from a structural weakness (product, geographic market and product-market) and competitiveness during the period 2001 - 2015. After the analysis of the results we will conclude that the non-diversification of the Algerian exports, the low competitiveness and the very unfavorable geographical orientation are at the base of 'a weakness in Algeria's competitiveness and market share.

**Key words:** market share, Algerian exports, global imports, competitiveness, the geographical destination, the products, diversification, CMSA, specialization, global demand.

### حصة الجزائر من سوق التصدير " 2001 – 2015 " : تغيرات هيكلية وتنافسية

#### الملخص:

منذ 56 سنة من استقلال الجزائر، لم يتم تسجيل تغير كبير فيما يخص صادراتها من المنتجات، ماعدا زيادة في القيمة أو الحجم والتي تعتمد بشكل كبير على التغيرات في أسعار البترول في السوق الدولية. تقسيم حصة الجزائر من سوق الصادرات بطريقة تحليل حصة السوق الثابتة « CMSA » خلال الفترة 2001 – 2015 بين أن الخسائر وثبتت هذه الحصة يرجع الى ضعف هيكلية (منتوج، سوق جغرافي ومنتوج وسوق جغرافي) وتنافسي على طول الفترة الممتدة من 2001 – 2015. وبعد تحليل النتائج خلصنا الى أن عدم تنوع الصادرات الجزائرية، ضعف التنافسية والوجهة الجغرافية غير الملائمة هم أساس ضعف تنافسية الجزائر وضعف حصته السوقية.

**كلمات مفتاحية:** حصة السوق، الصادرات الجزائرية، الواردات العالمية، التنافسية، الوجهة الجغرافية، المنتجات، التنوع تحليل حصة السوق

الثابتة، التخصص، الطلب العالمي.