

UNIVERSITE D'ORAN

**Faculté des Sciences Économiques, des Sciences de Gestion
et des Sciences Commerciales**

Mémoire de magister en Sciences Économiques

Option : Économie Internationale

Thème :

**« Les PME comme moyen de développement des
exportations hors hydrocarbures : limites et perspectives »**

Présentée par :

Melle BOUZEROUATA Ilhem

Sous la direction de :

Mr BOULENOUAR Bachir

Mr MIDOUN Mohamed Toufik

Année universitaire : 2008/2009

Dédicace

A la mémoire de mon défunt père.

Remerciements

Je exprime ici ma profonde gratitude envers toutes les personnes qui ont contribué à élargir mes connaissances et qui m'ont aidé et orienté au cours de mon cursus universitaire.

Mes remerciements s'adressent tout particulièrement à :

Mr Boulenouar Bachir pour avoir accepté de diriger ce travail et de m'avoir permis par ses encouragements, ses conseils et sa disponibilité de le mener à terme.

Mr Midoun Mohamed Toufik pour son suivi et ses précieux conseils prodigués tout au long de l'élaboration de ce modeste travail.

Mr Fekih Abdelhamid pour son soutien et ses conseils ainsi que sa disponibilité.

Melle Zouba Rachida qui m'a toujours soutenue et encouragée.

Je remercie également tout le personnel de la bibliothèque de la faculté des Sciences Economiques, Sciences de Gestion et Sciences Commerciales.

Liste des abréviations

AFD :	Agence Française de Développement
AGI :	Autorisation Globale d'Importation
ALGEX :	Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur
ANDI :	Agence Nationale de Développement de l'Investissement
AND-PME :	Agence Nationale de Développement de la PME
ANEXAL :	Association Nationale des Exportateurs Algériens
ANSEJ :	Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes
APSI :	Agence de Promotion, de Soutien et de Suivi de l'Investissement
BADR :	Banque Algérienne de Développement Rural
BDL :	Banque de Développement Local
BEA :	Banque Extérieur d'Algérie
BNA :	Banque Nationale d'Algérie
BSTP :	Bourse de Sous-traitance et de Partenariat
CAAR :	Compagnie Algérienne des Assurances
CACI :	Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie
CAGEX :	Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportateurs
CAM :	Chambres de l'Artisanat et des Métiers
CCI Oranie :	Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Oranie
CGCI-PME :	Caisse de Garantie des Crédits d'Investissement pour les PME
CNAC :	Caisse Nationale d'Assurance Chômage
CNCPE :	Conseil National Consultatif de Promotion des Exportations
CNC PME :	Conseil National Consultatif pour la promotion des PME
CNEP- Banque :	Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance
CNES :	Conseil National Economique et Social
CNI :	Conseil National de l'Investissement
CNIS :	Centre National de l'Informatique et des Statistiques-Douanes
CNMA :	Caisse Nationale de Mutualité Agricole
CPA :	Crédit Populaire d'Algérie
CREAD :	Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement
EURL :	Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée
FGAR :	Fonds de Garanties des crédits aux PME
FGAR :	Fonds de Garantie des crédits aux PME
FMI :	Fond Monétaire International
FMN :	Firme Multi Nationale

FSPE :	Fonds Spécial Pour la Promotion des Exportations
GUD :	Guichet unique décentralisé
IDE :	Investissements Directs Etrangers
MEDA :	Programme pour le partenariat Euro Méditerranéen
NAED :	North Africa Entreprise Développement (Développement des entreprises en Afrique du Nord)
OCDE :	Organisation de Coopération et de Développement Economique
OMC :	Organisation Mondiale du Commerce
ONAFEX :	Office National des Foires et Exportations
ONS :	Office National des Statistiques
ONUDI :	Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel
OSCIP :	Office pour l'Orientation, le Suivi et la Coordination de l'Investissement Privé
PAS :	Plan d'Ajustement Structurel
PCSCR :	Plan Complémentaire de Soutien à la Croissance économique
PIB :	Produit Intérieur Brut
PME :	Petite et Moyenne Entreprise
PNUD :	Programme des Nations Unies pour le Développement
PROMEX :	Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur
PSRE :	Programme de Soutien à la Relance économique
SA :	Société Anonyme
SAA :	Société Algérienne d'Assurance
SAFEX :	Société Algérienne des Foires et Exportations
SARL :	Société à Responsabilité Limitée
SCI :	Société de Commerce International
SCS :	Société en Commandite Simple
SEM :	Société d'Economie Mixte
SFI :	Société Financière Internationale
SNC :	Société en Nom Collectif
TAP :	Taxe sur l'Activité Professionnelle
TPD :	Titre de passage en douane
TPE :	Très Petite Entreprise
TVA :	Taxe sur la Valeur Ajoutée
UE :	Union Européenne
VA :	Valeur Ajoutée
VF :	Versement Forfaitaire

Sommaire

Introduction générale	1
Chapitre 1: Les PME et l'internationalisation.....	5
<i>Introduction :</i>	<i>5</i>
Section 1: Les Petites et Moyennes Entreprises	6
Section 2: L'internationalisation	24
<i>Conclusion :</i>	<i>38</i>
Chapitre 2: Les PME face à l'internationalisation	39
<i>Introduction :</i>	<i>39</i>
Section 1: L'internationalisation des PME.....	40
Section 2: Les obstacles à l'internationalisation des PME.....	50
<i>Conclusion :</i>	<i>66</i>
Chapitre 3: La PME en Algérie.....	67
<i>Introduction :</i>	<i>67</i>
Section 1: Eléments de définition de la PME en Algérie	68
Section 2: Les organismes d'aides et les programmes de soutien	95
<i>Conclusion :</i>	<i>113</i>
Chapitre 4: La PME et l'exportation	114
<i>Introduction :</i>	<i>114</i>
Section 1: Le cadre général de l'exportation en Algérie	115
Section 2: Les PME de la wilaya d'Oran face au défi de l'exportation	145
<i>Conclusion :</i>	<i>167</i>
Conclusion générale :	174
Bibliographie :	177
Liste des tableaux :	190
Liste des figures.....	192

L'économie algérienne a renoué avec des indicateurs macro-économiques stables et performants permettant depuis 1999 un retour graduel à la croissance économique. Le rétablissement de ces équilibres (balance commerciale excédentaire, taux d'inflation et déficit budgétaire maîtrisés, taux d'intérêt attractif à l'investissement) a permis d'engager dès cette date un processus de réformes structurelles dans plusieurs secteurs d'activité.

En accompagnement à ces réformes, le Programme de Soutien à la Relance Économique (PSRE) a été lancé en 2001 totalisant une enveloppe budgétaire de 7 milliards de dollars, le PSRE couvre la période 2001-2004 et représente 8,5% du PIB en 2004.

Le PSRE a été relayé par un programme quinquennal 2005-2009 intitulé Programme Complémentaire de Soutien à la Croissance Économique (PCSCE) doté d'une enveloppe de 60 milliards de dollars, soit un équivalent d'environ 15% du PIB par an et avec comme priorités :

- Le soutien de l'économie, de l'habitat et du cadre de vie ;
- Le développement des infrastructures économiques ;
- Le développement du service public administratif ;
- Le développement des ressources humaines.

Mais la caractéristique de la structure de l'économie algérienne est la forte dépendance de la production des hydrocarbures. En effet Cette dépendance n'est pas seulement un facteur de richesse, comme il se passe en ce moment, mais c'est aussi un important facteur de faiblesse, car il expose l'Algérie aux oscillations incontrôlables du marché du pétrole.

Le commerce extérieur algérien qui, malgré le fait qu'il enregistre un excédent de la balance commerciale, se caractérise toujours par une forte dépendance des exportations d'hydrocarbures. Quant aux exportations hors hydrocarbures ; elles demeurent marginales avec seulement 2.2% du volume global des exportations en 2007 (1332 millions \$ US).

Intérêt du sujet :

Avec l'entrée en vigueur de l'Accord d'association avec l'Europe, qui dessine les lignes d'un partenariat global politique, économique et financier, l'Algérie entre dans un espace la soumettant à la nouvelle logique d'intégration des économies mondiales qui sera consacrée davantage par sa prochaine adhésion à l'Organisation mondiale du commerce.

Alors elle doit parvenir à diversifier son économie et se préparer à une plus grande ouverture commerciale, avec un objectif nouveau : la création et le développement d'entreprises capables d'exporter sur les marchés régionaux, africains et européens. Ce défi à l'exportation rejoint celui de la mise à niveau des entreprises, processus amorcé aujourd'hui en Algérie.

Désormais l'objectif central de la stratégie de réformes est la diversification de la base de production industrielle, agricole et de services, pour réduire progressivement la dépendance encore excessive par rapport aux hydrocarbures et pour une meilleure intégration du pays dans les échanges internationaux.

La redynamisation des PME pourrait être la solution à ce problème en améliorant encore la balance commerciale, en produisant en Algérie certains des produits qui sont aujourd'hui importés, car le pays dispose maintenant des moyens pour pouvoir produire sur place certains de ces produits, et même d'avoir un panel de PME/PMI exportatrices, d'autant plus que les ressources sont moins chères.

« L'avenir de l'Algérie réside dans le développement des PME, ce sont des milliers d'entreprises constituées dans des domaines porteurs qui pourront développer le pays, réseau PME véritable colonne vertébrale de l'économie nationale »¹

La stratégie de l'Etat concernant la promotion des PME doit viser à développer et diversifier les produits exportables et contribuer au développement local et régional. Autrement dit, la relance économique repose essentiellement sur la politique économique locale dans laquelle les PME auront un rôle important à jouer.

En effet le développement des PME, un secteur désormais prioritaire et créateur de richesses et de valeur ajoutée, est un des points décisifs en vue de la diversification de l'économie algérienne et du développement économique hors hydrocarbures.

Dans cette optique, notre recherche nous mène à cerner notre problématique autour de la question centrale suivante :

Quel est le rôle des PME dans le développement des exportations hors hydrocarbures et quels sont les dispositifs pris par l'Etat pour développer le secteur des PME en Algérie ?

¹LAMIRI A., *Crise de l'économie algérienne*, Les presses d'Alger, Alger, 1999, p. 256.

De cette question principale, découlent des questions secondaires :

- *Quels sont les obstacles qui entravent le développement de l'activité des PME ?*
- *Ces PME sont-elles en capacité de se restructurer et d'être compétitives ?*
- *Quels sont les secteurs où les PME seront le plus performantes ?*

A partir de ces questions nous proposons les hypothèses suivantes :

Hypothèse 1 : Il existe des PME qui exportent des produits hors hydrocarbures, grâce aux différentes aides attribuées par l'Etat pour le développement du secteur de la PME.

Hypothèse 2 : Différents organismes opèrent pour le soutien des PME d'une part, et pour le développement des exportations hors hydrocarbures d'autre part.

L'objet de notre étude est de décrire le rôle des PME dans le développement économique dans un contexte de mondialisation, notamment comme source de promotion des exportations hors hydrocarbures et de déterminer les entraves qui freinent son développement sur les marchés extérieurs ainsi que les mesures de soutien destinés à la promotion des PME et ceux pour le développement des exportations hors hydrocarbures. Pour cela, notre choix se porte sur les PME de la wilaya d'Oran et leurs comportements à l'exportation.

Méthodologie :

La démarche de travail pour vérifier les hypothèses porte sur :

1. Une recherche documentaire
2. contacts établis avec :
 - Le ministère de la PME et de l'artisanat,
 - La Chambre Algérienne de Commerce Et d'Industrie,
 - L'office national des statistiques,
 - Les organismes chargés de la mise à niveau des PME.
3. Une analyse du fonctionnement des PME exportatrices de la wilaya d'Oran à travers une enquête sur le terrain auprès de ces PME.

Le plan :

Nous avons structuré notre travail en quatre chapitres :

Le premier chapitre intitulé PME et internationalisation. Il présente en premier lieu les différents aspects théoriques de la PME (définitions, typologies, caractéristiques). En second lieu, l'internationalisation et ses différentes composantes.

Quant au *deuxième chapitre* intitulé les PME face à l'internationalisation, il retrace le rapport entre ces deux notions, en premier les théories de l'internationalisation ensuite les contraintes qui entravent l'internationalisation des PME.

Le troisième chapitre porte de manière détaillée sur le secteur de la PME en Algérie ainsi que son rôle dans le développement économique à travers des données statistiques, la seconde section porte sur les principaux programmes et les organismes mis en place par les pouvoirs publics pour la promotion du secteur de la PME.

Enfin, *le quatrième chapitre* est consacré à l'étude de l'exportation notamment des produits hors hydrocarbures et les mesures entreprise par l'État pour développer ces exportations. La deuxième section porte sur le comportement des PME de la wilaya d'Oran face au défi de l'exportation.

Introduction :

Les petites et moyennes entreprises constituent une réalité hétérogène dans tous les pays du monde. Elles englobent aussi bien des exploitations agricoles ou des sociétés industrielles traditionnelles que des sociétés de hautes technologies très performantes. Au niveau du critère de définition de cette catégorie d'entreprises, on utilise souvent l'effectif du personnel, le chiffre d'affaire ou l'ampleur du capital ou du programme d'investissement.

A ce propos, l'objet de la première section du chapitre est d'exposer les différents aspects théoriques de la Petite et Moyenne Entreprise ; où nous évoquerons les diverses définitions de la PME ainsi que ses typologies.

L'intérêt porté aux PME provient de l'ampleur de leur contribution à l'emploi, au PIB et aux exportations et ce dans presque tous les pays. Cette situation se retrouve dans la majeure partie des économies occidentales où, d'après l'organisation de coopération pour le développement économique, les PME représentent 40 à 80 % des emplois, et 30 à 70 % du produit intérieur brut. Les activités d'exportation contribuent elles aussi significativement à la croissance et à la performance économique des nations.

L'exportation en tant que moyen traditionnel d'internationalisation reste très importante, mais au cours de la dernière décennie, l'internationalisation est devenue une activité beaucoup plus diversifiée, d'une importance cruciale pour la compétitivité.

A ce sujet, la deuxième section traitera la question de l'internationalisation, qui sera la base de référence à la réflexion suivante.

Section 1: Les Petites et Moyennes Entreprises

Le secteur des petites et moyennes entreprises est d'une grande variété et joue un rôle prépondérant dans l'économie. Ses composantes sont multiples : usines, ateliers, commerçants et autres prestataires de services. L'éventail est large, de la pointe extrême de la modernité et de l'actualité à la grande simplicité des activités traditionnelles, de l'entreprise indépendante aux auxiliaires et sous-traitants, des établissements servant tout le marché intérieur aux exportateurs.

1.1 La notion d'entreprise :

L'activité économique est la principale préoccupation de notre société ; elle se déroule dans des entreprises qui utilisent des ressources et deviennent sources de richesse et possesseurs de pouvoir.

1.1.1 Définition de l'entreprise :

Les définitions essaient de montrer les caractéristiques communes à tous les types d'entreprise². Cependant on peut trouver plusieurs définitions :

- *L'entreprise est une forme de production* par laquelle on combine les valeurs des différents facteurs de production apportés par différents agents avec le but de la vente sur le marché des biens et des services pour obtenir un revenu qui est calculé comme une différence entre les valeurs de vente et celles d'achat.
- *L'entreprise est une organisation* qui réunit des personnes qui ont des qualités différentes et qui utilisent des capitaux pour produire un certain bien qui puisse être vendu plus cher qu'il ait été acheté.
- *L'entreprise est un groupement humain hiérarchisé* qui utilise des ressources intellectuelles, physiques, financières, pour extraire, transformer, transporter, distribuer des richesses ou pour produire des services conformément à des objectifs établis par une direction motivée par le profit et l'unité sociale.
- *L'entreprise est une organisation économique* autonome du point de vue financier, qui se propose de produire des biens et des services pour le marché.

² RICHET X., *Economie de l'entreprise*, Hachette supérieur 2^{ème} édition, Paris, 2002, p. 94.

• *L'entreprise est une entité socio-technique* dans laquelle on organise le travail de certains groupes humains pour satisfaire, premièrement, les besoins des tiers et puis les propres besoins.

1.1.2 Types d'entreprises :

Il existe plusieurs modèles de classifications des entreprises, on peut les classer selon la forme juridique, suivant la taille, ou encore selon le secteur d'activité.

1.1.2.1 La typologie selon la forme juridique :

Les entreprises se distinguent entre elles par le type d'appartenance dans lesquels on trouve le secteur privé, le secteur public et le secteur coopératif.

A) Le secteur privé :

Le secteur privé regroupe des entreprises individuelles et des entreprises sociétaires :

1/ Les entreprises individuelles :

Le capital appartenant à une seule personne, le patrimoine de l'entreprise et celui de son propriétaire (exploitant individuel) sont confondus, l'exploitant est responsable sur ses biens propres. L'objet de ces entreprises peut être civil ou commercial.

2/ Les entreprises en société :

Une première distinction peut être faite entre les sociétés de personnes et les sociétés de capitaux. En effet, les sociétés commerciales peuvent adopter différentes structures, de par leurs formes, indépendamment de leurs objets, sont, en dehors des EURL, les SARL, les SA (sociétés anonymes), les sociétés en commandite et les sociétés en nom collectif (SNC). Dans tous les cas, le capital de la société est réparti entre plusieurs personnes qui détiennent, selon le cas, des parts sociales ou des actions. Les sociétés bénéficient de personnalité morale.

• Les sociétés de personnes :

Dans le cas des *sociétés de personnes* la responsabilité des associés est totale ; toutefois, pour les commanditaires des SCS la responsabilité est limitée aux apports, contrairement à celle des commandités.

Les sociétés en nom collectif : « les associés au nombre minimum de deux, ont un statut de commerçant et répondent indéfiniment et solidairement des dettes sociales ; aucun capital minimum n'est exigé dans ce type de structure dirigé par un ou des gérants »³.

Les sociétés en commandite simple : comprennent deux catégories d'associés : les commandités, associés en nom, dont le statut est identique à celui des associés en nom collectif, et les commanditaires, qui ne sont ni commerçants, ni tenus des dettes sociales au-delà de leur apport ; ce sont des actionnaires s'il s'agit d'une commandite par actions, des associés détenteurs de parts sociales dans le cas d'une SCS.

- **Les sociétés de capitaux :**

Elles comprennent la société à responsabilité limitée, l'entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée et la société anonyme.

La société anonyme : dans la SA les actionnaires ne sont pas tenus personnellement responsables des dettes de la société ; les risques sont limités aux apports ; les actions sont librement cessibles et donc la société anonyme est une société ouverte. Les actionnaires peuvent être des personnes physiques, mais aussi d'autres sociétés.

La société à responsabilité limitée (SARL) « est une structure hybride dont les caractéristiques se rapprochent plutôt des sociétés de capitaux, mais aussi des sociétés de personnes »⁴

Le nombre minimal des associés est de deux et le nombre maximal est de cinquante ; les parts des associés ne sont cessibles qu'à des personnes étrangères à la société qu'avec le consentement des associés : on parle parfois de société fermée. Les associés ne sont pas des commerçants, leurs responsabilités se limitent à leurs apports sauf dans certain cas spéciaux.

Les entreprises unipersonnelles à responsabilité limitée (EURL) correspondent à un statut intermédiaire entre l'exploitation individuelle et la forme sociétaire. Il s'agit, d'une société à associé unique dans laquelle la responsabilité de l'entrepreneur est limitée au montant de son apport et de fait, ce principe est affecté par le recours fréquent à la caution personnelle du dirigeant.

³ ALBERTO T., P. COMBEMALE, *Comprendre l'entreprise*, Editions Nathan, Paris, 1993, p. 68.

⁴ ALBERTO T., P. COMBEMALE, *ibid.*, p. 72.

B) Le secteur public :**1/ Les entreprises publiques :**

Sont des organisations produisant des biens ou des services destinés à l'échange marchand et placées sous le contrôle d'une collectivité publique qui possède, en totalité ou en majorité, directement ou indirectement, le capital de ses entreprises. Les pouvoirs publics exercent un contrôle également par le biais de la désignation des dirigeants.

2/ Les sociétés d'économie mixte : (SEM)

Il s'agit principalement de sociétés anonymes, conçues pour gérer des activités industrielles ou commerciales présentant un caractère d'intérêt général et contrôlées par l'administration. Très souvent des SEM sont mises en place au plan local ou régional pour réaliser des travaux importants d'infrastructures.

C) Le secteur coopératif ou l'économie sociale :

Ces termes recouvrent, entre autres, les entreprises à but non lucratif, qui s'inspirent des principes de solidarité, de volontariat, de démocratie.

1.1.2.2 La typologie selon le secteur d'activité :

De ce point de vue, les théoriciens ont opéré un regroupement des activités en trois secteurs.

Le secteur primaire : qui assure l'approvisionnement en produits agricoles ou assimilés. L'agriculture et la pêche forment l'essentiel de ce secteur. Mais certains auteurs ajoutent les activités extractives (mines, carrières, etc.)

Le secteur secondaire : chargé de la transformation des matières premières. Ce sont des entreprises industrielles.

Le secteur tertiaire, qui englobe les autres activités, c'est-à-dire surtout les prestations de services, commerce, hôtellerie et enseignement soit l'ensemble des activités productrices de biens immatériels.

1.1.2.3 La typologie selon la taille :

Ce classement des entreprises en fonction de leurs tailles semble relativement évident. Cependant une question cruciale surgit, liée aux choix des indicateurs de taille. Les effectifs employés, le chiffre d'affaires, le profit ainsi que les capitaux propres sont très souvent utilisés pour établir une hiérarchie des entreprises. Lorsqu'on cherche à mettre en évidence plusieurs catégories d'entreprises, un croisement d'indicateurs s'avère indispensable.

On peut les classer selon l'ordre suivant⁵ :

- ❖ Micro entreprise ou très petite entreprise (TPE)
- ❖ Petite entreprise (PE)
- ❖ Moyenne entreprise (ME)
- ❖ Grande entreprise
- ❖ Groupe d'entreprise

⁵ KOUDRI A., *Economie de l'entreprise*, Edition ENAG, Alger, 1999, p. 89.

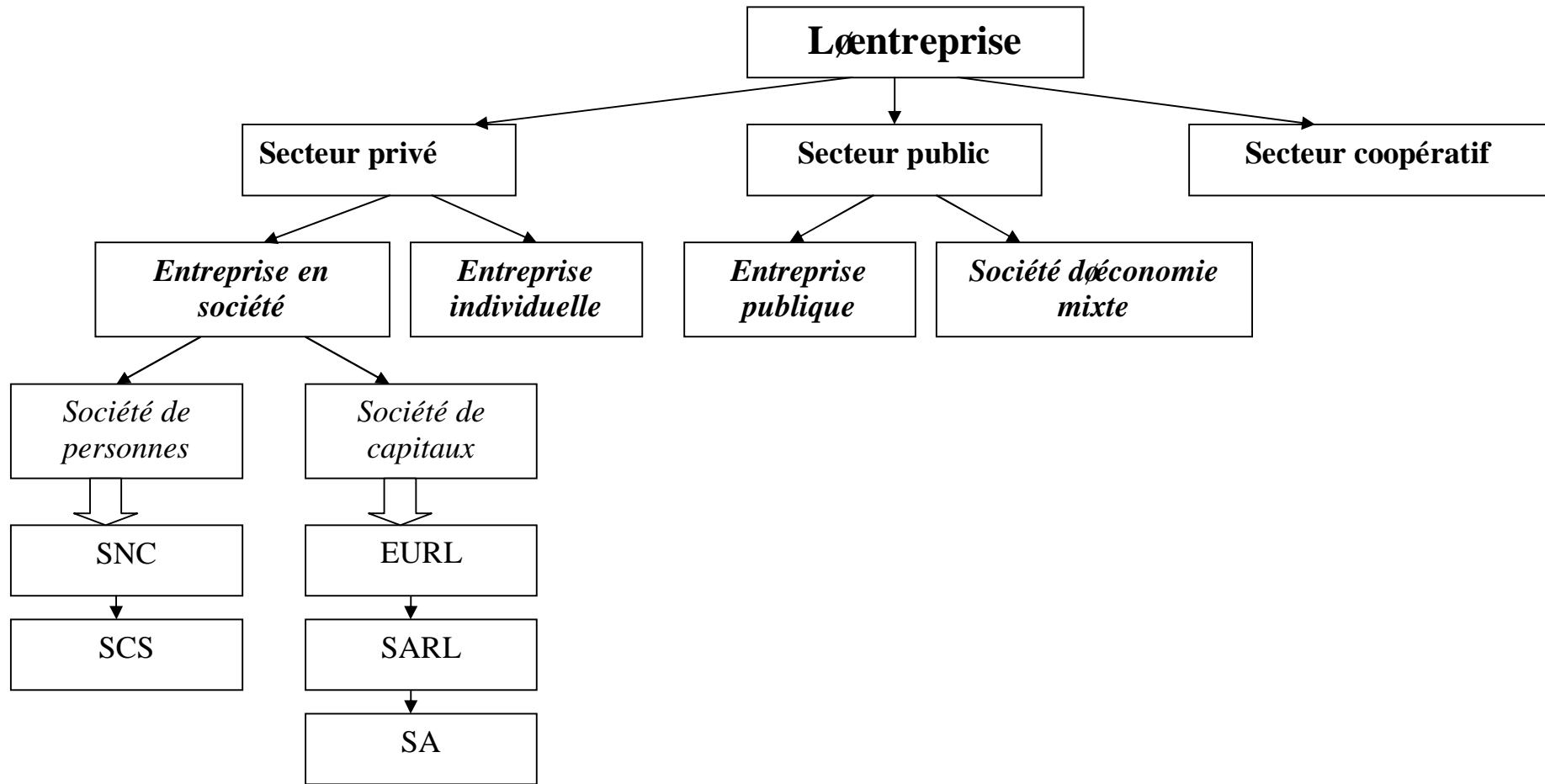


Figure 1 : Typologie de l'entreprise selon la forme juridique

1.2 Généralités sur les PME :

Les petites et moyennes entreprises sont un élément essentiel de la vie économique, pas seulement à cause de leur nombre et de leur variété, mais aussi parce qu'elles sont présentes dans tous les domaines de l'économie. Ainsi, il convient de définir et de comprendre les différentes structures qui composent une PME.

1.2.1 Définition de la PME :

Définir la P.M.E. n'est pas une chose aisée du fait du caractère hétérogène de ces entreprises qui constituent cette grande catégorie. En effet, elles coexistent de toutes petites entreprises, des petites et des moyennes qui se différencient par des modes de propriétés, d'évolution et un environnement qui leur est spécifique. «... quoi de commun entre le mineur licencié qui ouvre une épicerie dans son village ou l'étudiant qui terminant ses études, loue quelques machines à photocopier pour offrir un tel service près de son collègue et l'ouvrier spécialisé qui, fort de son expérience dans une grande entreprise, décide de partir à son propre compte ou l'ingénieur qui monte dans un incubateur une entreprise électronique très spécialisée»⁶.

La définition de la P.M.E. varie ainsi en fonction de l'objet de l'étude et des données disponibles. La Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises (CGPME) définit la PME comme « l'entreprise dans laquelle le chef d'entreprise assure personnellement et directement les responsabilités financières, techniques, sociales et morales quelle que soit sa forme juridique ».

Certains auteurs la définissent à partir de deux critères : l'effectif et le chiffre d'affaires. « Les PME sont les entreprises dont l'effectif salarié est inférieur à 500. Elles englobent les très petites entreprises (moins de 10 salariés), les petites entreprises (10 à 49 salariés) et les moyennes entreprises (50 à 499) »⁷.

⁶ BOUSSENAULT C., M. PRETER, *Organisation et gestion de l'entreprise*, préparation au DECF épreuve N°03, Vuibert, 07/1991, p. 153.

⁷ BRESSY G., C. KONKUYT, *Economie d'entreprise*, Dalloz, Paris, 2000, p. 78.

P-A. Julien et M. Marchesnay voient une autre définition en la PME « une entreprise juridiquement, sinon financièrement indépendante, opérant dans les secteurs primaires, manufacturiers ou des services, et dont les fonctions de responsabilités incombent le plus souvent à une seule personne sinon à deux ou trois, en général seules propriétaires du capital »⁸

Une autre définition plus simple : les petites et moyennes entreprises (PME) sont des entreprises dont la taille, définie par un ensemble de critères, dont essentiellement le nombre de salariés, ne dépasse pas certains seuils. Les autres critères de taille utilisés sont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan, et on utilise parfois de plus un critère d'indépendance s'exprimant sous la forme de non appartenance à un groupe trop important.

Cependant, diverses définitions existent dans la littérature pour le sigle PME (Petites et Moyenne Entreprises). Nous allons retenir celle proposée par la commission européenne. Celle-ci s'est efforcée d'analyser les différentes définitions de la PME pour en retirer les éléments principaux. De son analyse, la Commission Européenne concluait en 1992 qu'il ne serait pas opportun d'établir une définition unique et rigide des PME. Il faut retenir les critères, selon elle, les plus pertinents en fonction du but poursuivi et du secteur concerné.

Néanmoins, la commission estimait devoir faire œuvre de coordination et de cohérence afin d'éviter les effets pervers d'une « *prolifération incontrôlée des définitions* ». Dès sa création, l'observatoire européen constate qu'il n'existe aucune définition standard, ni scientifiquement fondée utilisant un critère quantitatif de taille basé sur le nombre de travailleurs.

En effet, la commission a défini la notion de PME en 1996 dans le cadre d'une recommandation. Cette dernière est actualisée en mai 2003 afin de prendre en compte les développements économiques survenus depuis 1996 (inflation et croissance de la productivité) et les enseignements tirés de sa pratique.

Selon la commission européenne dans la recommandation (n°2003/361/ce)⁹, sont considérées comme PME, les entreprises :

- La catégorie des micros, petites et moyennes entreprises (PME) est constituée des entreprises qui occupent moins de 250 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 50 millions d'euros ou dont le total du bilan annuel n'excède pas 43 millions d'euros.

⁸ JULIEN P.A., M. MARCHESNAY, *La petite entreprise*, Vuibert gestion, 1988, Paris, p. 33.

⁹ Recommandation 2003/361/CE de la Commission, du 6 mai 2003, concernant la définition des micros, petites et moyennes entreprises, Journal officiel L24 du 20/05/2003.

- Dans la catégorie des PME, une petite entreprise est définie comme une entreprise qui occupe moins de 50 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan annuel n'excède pas 10 millions d'euros.
- Dans la catégorie des PME, une micro entreprise est définie comme une entreprise qui occupe moins de 10 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel ou le total du bilan annuel n'excède pas 2 millions d'euros.

1.2.2 Les atouts de la PME :

1.2.2.1 La flexibilité :

Elle s'apprécie d'abord au regard des décisions à prendre ; lorsque plusieurs solutions sont possibles, on dira qu'on a une certaine flexibilité dans l'utilisation des ressources disponibles et les fins proposées, ceci suppose que le système de décision ait plus de variété que le système de référence. Il existe plusieurs types de flexibilité, les plus importantes sont les suivantes :

A) La flexibilité opérationnelle :

« Touche à la variété des arrangements possibles des ressources, compte tenu des problèmes opérationnels posés, dans une vision d'efficacité maximale, qui veut dire l'obtention d'un maximum de résultats pour un engagement minimum de moyens. Dès lors, une question se pose : les petites et moyennes entreprises sont-elles plus flexibles au plan opérationnel ? Une réponse nuancée est proposée par l'observateur attentif du fonctionnement de ces entreprises »¹⁰

La petite entreprise ne dispose d'une flexibilité opérationnelle supérieure que dans les conditions suivantes : les ressources et les activités sont moins spécialisées que dans les unités de grande taille (polyvalence des employés et des dirigeants).

La petite entreprise réduit sa flexibilité lorsqu'une spécialisation des tâches, des fonctions, des machines et des hommes s'opèrent. Cependant, pour ne pas perdre sa flexibilité l'entreprise peut refuser de dépasser une certaine taille, de marquer une aversion de la croissance, dès l'instant où elle est difficilement contrôlée¹¹.

¹⁰ TORRES O., *Petite et Moyenne Entreprise de nouvelles approches*, Economica, Paris, 1998, p. 156.

¹¹ PAPILLON J.C., *Le rôle de la taille de la firme : les spécificités des petites et moyennes entreprises*, problèmes économiques, n°2885, Paris, 2005, p. 9.

B) La flexibilité organisationnelle :

Elle est interprétée par le besoin d'une forte adaptabilité reconnue dans la culture de l'organisation, ainsi les gens acceptent de changer de tâches au gré des circonstances. De ce fait la flexibilité est réduite suite à toute réduction de l'adhésion et de l'intégration : refus de polyvalence, spécialisation du matériel.

C) La flexibilité stratégique :

« C'est le nombre de degrés de liberté dont dispose l'entreprise pour fixer (potentiel) et accomplir (effectif) ses buts, traduits en objectifs, compte tenu de l'environnement »¹². En ce qui concerne la petite entreprise, l'argumentation est plutôt balancée.

D'un côté, la petite entreprise peut se révéler plus ouverte avec davantage d'options stratégiques ; se fixant par ailleurs comme objectif de trouver un « créneau » et ainsi se spécialiser. La petite entreprise réduit d'autant, quand cela est effectivement réalisé, la variété de son environnement. Cependant, la petite entreprise supporte son environnement, perçu comme complexe et turbulent, dans ce cas la variété est forte ; de ce fait l'entreprise est vulnérable. Tout ceci démontre l'importance de tenir compte de l'extrême complexité des situations individuelles.

Ceci dit, la petite entreprise n'a-t-elle pas des atouts qui lui sont propres ? L'interactivité semble devoir constituer une compétence distinctive propre aux petites organisations.

1.2.2.2 L'interactivité :

« Une sorte d'alternative, à la fois de la fabrication par l'entreprise et du recours à un marché anonyme. L'entreprise négocie avec des partenaires des relations plus soutenues, impliquant un échange de vues sur l'étendue, le coût, la nature et la qualité de la transaction »¹³. La relation se traduit par une permanence de l'échange, par une fiabilité accrue de cette relation d'échange. En termes de distinction, nous pouvons spécifier : l'interaction organisationnelle et l'interaction stratégique.

¹² JULIEN P.A., M. MARCHESNAY, *ibid.*, p. 43.

¹³ JULIEN P.A., M. MARCHESNAY, *Ibid.*, p. 47.

A) L'interaction organisationnelle :

Correspond à l'intensité des échanges et au degré de complicité qui s'établit entre les membres de l'organisation. Cette interactivité implique des coûts, sous forme de ressources en informations formelles ou informelles, de risques accrus, de conflits interindividuels et intergroupes. Les gains de l'interactivité résident dans une plus grande motivation (efficacité accrue), ainsi que dans une plus grande flexibilité organisationnelle.

B) L'interaction stratégique :

Se définit comme la densité et la permanence des liens tissés avec les partenaires extérieurs de l'entreprise et notamment les clients de l'entreprise. Cependant, il convient d'inclure les rapports entretenus avec les fournisseurs de biens et de services (conseillers, banquiers, maintenance, etc.), ainsi qu'avec les décideurs locaux.

Au total, les atouts de la PME ne s'imposent pas d'emblée : la flexibilité et l'interactivité n'apparaissent comme des facteurs de compétitivité que sous des conditions strictes qu'il appartient à l'observateur de déterminer.

1.2.3 Les différentes typologies de PME :

« La plupart des spécialistes considèrent qu'une des plus grandes difficultés de l'étude des PME est l'extrême hétérogénéité qui émane d'elles : quel rapport peut-on établir entre l'ingénieur informaticien salarié qui, victime d'un licenciement mais fort de son expérience dans une grande entreprise, se lance dans l'aventure de l'entreprise individuelle et le chauffeur-routier salarié qui veut prendre son indépendance ? »¹⁴

Certes, on différencie assez aisément les PME du secteur manufacturier de celles du commerce et des services¹⁵ car on sait qu'il y a peu de ressemblances entre elles. Mais on se rend compte aussi que les PME en franchises ou liées à une bannière¹⁶ ont des particularités qui diffèrent des autres plus indépendantes.

¹⁴ BIZAGUET A., *Les Petites et Moyennes Entreprises*, Que sais-je ?, Paris, 1993, p 81.

¹⁵ La classification des PME selon le statut juridique ou le secteur d'activité est la même que celle de l'entreprise. Mais d'après l'étude faite par A Bizaguet, il apparaît que la très grande majorité des PME, plus de deux tiers, est constituée sous la forme *individuelle*, en raison qu'une seule personne physique assure la direction, perçoit les bénéfices et supporte les risques.

¹⁶ Les bannières sont des entreprises indépendantes qui se sont regroupées en vue d'accroître leur pouvoir d'achat et de mise sur le marché.

De même, on se doute bien qu'un artisan employant moins de 10 personnes a une logique très différente de celle d'une entreprise occupant 100 ou 150 employés. C'est pourquoi on commence même à distinguer les moyennes entreprises au fonctionnement souvent proche des grandes, des petites et, a fortiori, des très petites. A cette hétérogénéité on ajoute également une plus grande volatilité causée par un turnover important (créations et disparitions continues) dans les premières années d'existence.

La démarche scientifique oblige à chercher un modèle capable d'expliquer l'ensemble des comportements et ce faisant, elle généralise et fait des regroupements pour montrer que les cas particuliers découlent d'un cadre général. La recherche dans le domaine des PME n'échappe pas à cette règle. C'est pourquoi un grand nombre de chercheurs tenté de construire des typologies des PME afin de retrouver des ressemblances ou des comportements types ?

1.2.3.1 Approche quantitative :

Les critères quantitatifs les plus utilisés sont l'effectif, le chiffre d'affaires et les actifs de l'entreprise (capital total immobilisé, fonds propres). Les critères quantitatifs offrent a priori l'avantage d'être bien identifiés et facilement exploitables pour les travaux empiriques. En réalité, plusieurs problèmes se posent. Un premier concerne la définition des effectifs : compte-t-on les employés permanents, à temps partiel, les contrats à durée déterminée.

Pour venir à bout de cette difficulté, il suffit toutefois de définir le champ d'étude. Un deuxième problème, plus sérieux, réside dans le fait que ce critère ne peut clairement pas s'appliquer à tous les secteurs. En outre, on observe de grandes disparités entre les entreprises selon le degré d'intensité d'utilisation des facteurs de production *capital* et *travail*. Ceci nous conduit à ajouter au critère des effectifs celui des *actifs*, soulevant aussitôt le problème de leur évaluation. Pour éviter ce problème, on introduit le critère du *chiffre d'affaires*, de la *valeur ajoutée* ou celui des *ventes*.

Mais là encore, se pose le problème de l'hétérogénéité et de la volatilité de ces mesures selon les branches de l'industrie au sein desquelles les marchés sont plus ou moins étroits. C'est pourquoi le *BOLTON Committee* et le gouvernement américain ont introduit la notion de *part de marché*, une PME ne doit pas contrôler une part importante du marché. Mais, de quel type de marché s'agit-il : marché local, régional, national ou international ?

A tout cela s'ajoute enfin le problème de la qualité des données statistiques ; celles-ci laissent souvent à désirer sur les TPE. Elles sont difficiles à obtenir et souvent divergentes selon l'organisme qui les recueille. Malgré tout cela, dans nombre de pays, le concept du nombre de salariés a été préféré pour identifier la P.M.E. Ce critère simple à calculer et facile d'accès présente une bonne corrélation avec la valeur ajoutée. Cependant, même lorsque le critère du nombre de salariés est retenu, des différences considérables persistent entre pays.

C'est donc vers une typologie quantitative emboîtée dans laquelle les critères quantitatifs sont empilés que l'on doit s'orienter si l'on veut saisir l'ensemble des aspects pertinents.

1.2.3.2 Approche qualitative :

Le rapport BOLTON (1971), qui fut à l'origine de la reconsidération des P.M.E. par l'économie industrielle en Angleterre, retient trois critères essentiellement qualitatifs :

- Une PME détient une part relativement petite de son marché ;
- Elle est gérée de manière personnelle par son propriétaire ;
- Elle est indépendante c'est-à-dire non intégrée dans une structure plus grande et ses propriétaires prennent leurs décisions sans contrôle extérieur.

1.2.4 Les caractéristiques de la PME :

Généralement, les PME présentent un certain nombre de caractéristiques, on peut retenir les principales caractéristiques suivantes¹⁷ :

- La centralisation de la gestion, entraînant une grande dépendance à l'égard du dirigeant. Le propriétaire dirigeant à la fois entrepreneur (à l'origine de la création de l'entreprise), manager et organisateur joue un rôle dans la PME. Ses aspirations personnelles influenceront considérablement son style de commandement et le choix de ses objectifs ;
- La faible spécialisation du travail, au point que, d'un côté, la direction remplit plusieurs tâches de direction et parfois d'opération et, de l'autre, les employés sont souvent polyvalents. Ce qui fait dire que cette « déspecialisation » conduit souvent, à

¹⁷ ERNEST, YOUNG, *Maîtriser la croissance des Petite et Moyenne Entreprise, gestion, gouvernance et développement*, Edition De Boeck, Paris, 2003, p. 122.

laisser un maximum d'initiatives aux personnes. La détermination des plans de charge faisant souvent même l'objet d'une véritable négociation avec les employés. Cette faible spécialisation, si elle peut être un handicap par rapport aux hautes qualifications des cadres des grandes entreprises, constitue dans une période de changement accéléré un avantage permettant plus de souplesse. Ce qui leur donne une forte capacité d'adaptation aux fluctuations de l'environnement ;

- Un processus de décision du type : intuition constituant la base qui servira à formuler la décision pour passer à l'action. Ce qui fait que la stratégie est avant tout implicite et très souple ;
- Un système d'information externe simple, du à un marché relativement proche, soit géographiquement, soit psychologiquement. Ainsi la petite entreprise n'a, le plus souvent, nul besoin d'études de marché complexes, lourdes et souvent dépassées au moment où elles sont terminées. C'est ainsi que la perception du changement sur le marché traditionnel local ou régional peut être rapidement saisie par des entrepreneurs attentifs aux moindres bruits du marché ; ce qui peut compenser jusqu'à un certain point les limites d'expertise ou le temps disponible à la réflexion ;
- Un système d'information interne peu complexe, permettant une diffusion rapide entre la direction et les employés ;
- Un environnement très influent : le degré de vulnérabilité de la PME dépendra du degré de complexité des technologies, et celui de l'accessibilité des systèmes de production et de distribution (faibles coûts d'entrée, vitesse d'apprentissage de la technologie), et du degré de turbulence (ampleur et fréquence des changements technologiques). La PME sera d'autant plus vulnérable que l'environnement sera plus complexe, plus accessible et plus turbulent.

1.2.5 Le rôle de la PME :

On peut l'identifier au niveau social, économique, ou politique.

1.2.5.1 Sur le plan social : On peut résumer ce rôle dans les points suivants :

- **Réduire le taux de chômage :** C'est, d'après les recherches effectuées par Xavier Greffe (1979) dans le but de valoriser le rôle et l'efficacité de ces entreprises (PME) françaises, qu'on témoigne de la capacité indiscutable de ces PME dans le cadre de l'absorption du chômage, spécialement à travers les crises qu'a connue jadis l'Europe (surtout la crise pétrolière de l'année 1973-1974).

- ***La contribution à la croissance nationale*** : Malgré sa taille, la PME a prouvé son efficacité dans la réalisation de taux de croissance élevé vis-à-vis des grandes entreprises et ce malgré l'étroitesse de ses marchés. Cette vérité est approuvée par les recherches effectuées dans divers pays industriels démontrant ainsi que la croissance de leurs marchés est liée à celle des PME. Certains économistes réfèrent cette croissance à :
 - ✓ des PME tendant à changer continuellement de stratégie tel que l'invention ou l'amélioration du produit sans avoir à fournir un grand capital, ce qui augmente sa capacité d'adaptation vis-à-vis des changements brusques et de la forte concurrence ce qui engendre une grande flexibilité.
 - ✓ L'environnement industriel qui par ces services financiers et juridiques a poussé, les chômeurs possédant des qualifications à vouloir monter leurs propres affaires.
- ***L'amélioration du niveau de vie*** : Bâtir des PME par rapport aux grandes entreprises publiques ajoute une demande supplémentaire sur le travail, ce qui provoque une augmentation des salaires, une augmentation des revenus personnels, puis une augmentation du pouvoir d'achat et ainsi c'est le niveau de vie qui s'améliore.

1.2.5.2 Sur le plan économique :

- ***Produire des biens et des services*** : Dans ce contexte on trouve tout ce qui est de la consommation des citoyens (boissons, tabacs, tissus,...) : production alimentaire, production de matériaux agricoles, de tissus et de cuir, de papier.
- ***Produire des biens intermédiaires*** : C'est des biens utiles pour le déroulement de l'opération de la production tels que les moteurs, pièces de rechange, ceci en se basant sur : L'industrie et la transformation, L'industrialisation de la production mécanique et électronique, Production de matériaux de construction.
- ***Développer une stratégie d'internationalisation*** : ces entreprises peuvent exporter ce qui leur permet l'élargissement de leur activité au niveau international, le résultat sera de créer de nouveaux clients et d'amplifier l'activité de la PME.
- ***Sa contribution au Produit Intérieur Brut (PIB)*** : elle joue un rôle très important, qui fait d'elle le pilier de l'économie durable, c'est sa contribution au Produit Intérieur Brut. Elles contribuent pour plus de la moitié du PIB du secteur privé au Danemark, en Espagne, en France, au Japon.

1.2.5.3 Sur le plan politique :

« L'investissement est le moyen le plus crédible pour les PME/PMI d'encourager l'évolution politique entre l'état et les pays investisseurs »¹⁸.

1.2.6 La spécificité de la PME :

Depuis quelques années la légitimité de la PME comme objet de recherche est reconnue. La PME n'est plus identifiée à travers les modèles génériques de la grande entreprise parce qu'elle dispose de caractéristiques spécifiques et est confrontée à des problèmes différents. Torres, légitime l'intérêt pour un champ de recherche centré sur la PME, en exposant trois justifications¹⁹ : méthodologique, théorique et empirique.

1.2.6.1 La justification méthodologique : La PME comme outil d'analyse :

« Par sa faible dimension, la PME est souvent présentée comme une unité productive dont les phénomènes sont plus facilement identifiables, plus lisibles »²⁰. Selon Marchesnay, la recherche en PME permet de faire apparaître « concrètement, visiblement aux yeux de l'observateur, ce qui est caché, difficile à saisir et à interpréter dans les organisations de grande dimensions »²¹. L'intérêt du concept PME est d'abord méthodologique dans la mesure où certaines pratiques stratégiques sont plus lisibles que dans les très grandes entreprises.

1.2.6.2 La justification théorique : la PME comme objet d'analyse :

Au cours des années 80, les PME ont acquis un véritable statut en tant qu'objet de recherche scientifique. Plusieurs théories justifient la présence des petites entreprises, notamment le rôle de l'entreprenariat, la théorie des interstices, les critiques à l'égard des économies d'échelle et les mutations des systèmes productifs.

¹⁸ VALENTIN G., *Entreprises petites et moyennes : croissance et atouts*, économie et statistique n° 271-272, Paris, 1994, p. 21-57.

¹⁹ TORRES, O. Op. Cite, p 43.

²⁰ D'AMBOISE G., M. MALDOWNEY, *Management theory for small business: attempts and requirements*, Academy of Management Review, Vol 13, n°2, 1988, p 236.

²¹ MARCHESNAY M., *PME stratégie et recherche*, Revue Française de Gestion, n°95, 1993, p. 7-76.

1.2.6.3 La justification empirique : la PME comme champ d'analyse :

Les PME occupent une place importante dans la plupart des économies. Ces entreprises à dimension humaine posséderaient toutes les caractéristiques requises pour s'adapter aux situations de crise : souplesse, dynamisme et flexibilité. Le phénomène PME constitue donc un enjeu économique et justifie de ce fait les études qui lui sont consacrées. L'aspect salubre de la PME présentée souvent comme modèle d'adaptation à la crise s'apparente au phénomène du « Small is beautiful ».

Les caractères spécifiques des PME recèlent par ailleurs leur extrême hétérogénéité²². Lorsque l'on s'intéresse uniquement aux entreprises de petite taille, il semble difficile, voire impossible de les regrouper autour d'un modèle unique. Du fait de la diversité du champ des PME (PME-Champ), aucune généralisation n'est possible et tout est alors affaire de contexte.

Les PME sont considérées comme un ensemble trop hétérogène pour se prêter à une tentative de généralisation. Alors il n'est pas possible, en effet, de parler de la PME mais des PME puisque les conditions et les situations dans lesquelles elles se créent et évoluent sont très différentes.

Les chercheurs se sont efforcés par ailleurs de construire des typologies pour tenir compte de cette diversité, bien qu'un ensemble de caractéristiques reste commun aux PME, notamment : l'importance de l'entrepreneur, de l'environnement et le choix d'activités hautement spécialisée. Une première distinction peut s'opérer entre PME manufacturières et tertiaires²³ ou entre la très petite entreprise et l'entreprise moyenne (Julien et Marchesnay)²⁴.

Julien repère dans la littérature un ensemble de typologies de PME qu'il classe en quatre grands groupes selon la propriété de l'entreprise, les stratégies ou objectifs de l'entreprise, le stade de développement ou d'organisation et le secteur ou les opportunités de marché. Il construit une taxinomie globale et complexe en disposant les éléments de ces typologies sur plusieurs « continuums ».

²² MARCHESNAY M., Ibid., p. 65.

²³ JULIEN P.A., *Les PME : Bilan et perspectives*, GREPME, Ed Economica, 1997, p. 132.

²⁴ JULIEN P.A., M. MARCHESNAY, Op cite, p. 288.

Si ces typologies rendent compte de la diversité des PME, elles présentent toutefois une spécificité dans le mode de fonctionnement s'apparentant à ce que Torrès appelle la « forme-PME ». En effet, l'approche typologique s'inscrit dans le cadre de la spécificité, dans la mesure, où les différences touchant ces PME sont des différences de degré et non de nature. Leyronas et Torrès en distinguant entre le comportement stratégique des PME locale et globale, appuient le principe de « dénaturation » selon lequel le changement des dimensions spatiales ou territoriales dénature la PME internationale qui se comporte désormais comme une grande entreprise miniature. Cette dénaturation constitue par ailleurs une exception au principe de la spécificité.

Leyronas et Torrès établissent une typologie multicritère sur un « continuum »²⁵ de PME internationale pour finalement conclure à l'hétérogénéité des PME internationales. Torrès, en distinguant entre l'espace de localisation (l'emplacement des PME) et l'espace de fonctionnement des PME (le lieu de leur approvisionnement en ressources), constitue quatre catégories de PME selon leur niveau de globalisation²⁶ :

La première catégorie touche les « PME locale » où l'approvisionnement et le déploiement des ressources se font sur un territoire local, régional ou national.

La deuxième catégorie de « PME globale » renferme des PME sur un marché intérieur s'approvisionnant en tout ou en partie sur le marché international.

Dans *le troisième groupe*, il s'agit des « PME internationales » : le cas de la petite entreprise internationale correspond à la plupart des petites entreprises exportatrices qui peuvent s'approvisionner et vendre au niveau national et international.

Enfin, *la quatrième catégorie* des « PME globales » concerne les PME qui exportent et importent simultanément. Elles réalisent une partie de leurs productions à l'étranger et développent des activités de recherche et développement à l'échelle internationale.

Julien lui établit une typologie des PME en fonction des stratégies de globalisation adaptées. Il reprend la taxinomie de Torrès et lui ajoute une *cinquième catégorie* de PME qui fonctionnent indirectement sur le marché mondial, soit en réseau, soit en relation avec d'autres firmes internationales. Ces petites firmes recourent à des ressources internationales et exportent indirectement tout en ayant une localisation strictement territoriale.

²⁵ LEYRONAS, O. TORRES, *Stratégie de mondialisation et PME : L'construction d'un paradoxe*, 3^{ème} Congrès International Francophone sur la PME, Trois-Rivières, Québec, Canada, 25-26 juin 1996.

²⁶ TORRES O., *Vingt-cinq ans de recherche en Petite et Moyenne Entreprise : une discipline entre courants et contre courants*, dans Torrès (sous coordination), *PME : De nouvelles approches*, Edition Economica, Recherche en gestion, Paris, 1998, p. 38-43.

Section 2: L'internationalisation

L'internationalisation consiste en une palette d'activités de grande importance, non seulement pour le commerce international, mais également pour la capacité à être compétitif dans un environnement économique international.

2.1 Définition de l'internationalisation :

« L'internationalisation d'une entreprise s'appréhende comme l'intrusion d'une firme sur des territoires géographiquement, culturellement, économiquement et juridiquement différents de ceux de son marché national dont ils sont séparés par des frontières multiformes (tarifaires, sanitaires, fiscales, réglementaires) »²⁷. Une stratégie d'internationalisation est une stratégie d'extension d'une entreprise au-delà de son marché national.

2.2 Les causes de l'internationalisation :

La décision de l'internationalisation peut s'opérer suivant différentes causes : techniques, économiques ou politiques²⁸.

2.2.1 Les causes techniques :

- Développement des transports internationaux (Baisse des coûts et du temps de transports) ;
- Amélioration des moyens de communication (Internet permet une communication en temps réel aux quatre coins de la planète) ;
- Importance du savoir-faire technologique inégalement réparti ;
- Hausse des capacités de production.

2.2.2 Les causes économiques :

- Qualification de la main d'œuvre différente selon les pays ;
- Niveau des salaires différents selon les pays (la Chine : usine du monde grâce à sa main d'œuvre compétitive et compétente) ;

²⁷ LEMAIRE J. P., *Stratégies d'internationalisation*, Dunod, Paris, 2003, p. 209.

²⁸ BOURGUINAT H., *Internationalisation et autonomie de décision*, Economica, Paris, 1982, p. 156.

- Saturation de la demande dans les pays industrialisés ;
- Inégale dotation des pays en ressources productives (sous la pression de la demande chinoise, le prix de l'acier sur les marchés internationaux s'envole.) ;
- Uniformisation partielle des modes de consommation.

2.2.3 Les causes politiques :

- Réduction des barrières douanières
- Diminution des obstacles non tarifaires
- Idéologie dominante du libre-échange
- Création de zones de libre échange et de communautés économiques
- Incitations des pouvoirs publics

2.3 Motivations des entreprises qui s'internationalisent :

Les motivations des entreprises concernant leur internationalisation sont diverses. Elles démontrent une approche de la mondialisation diversifiée d'une entreprise à l'autre. « La motivation la plus rencontrée pour lancer l'entreprise dans un processus d'internationalisation est l'accès à des marchés nouveaux »²⁹.

Ce résultat est le reflet des possibilités pour l'entreprise de trouver de nouveaux débouchés sur un marché ou bien encore d'élargir son marché existant. Il est parfois essentiel pour elles d'élargir leurs activités à l'étranger afin de fuir un marché national saturé par l'offre. Un élargissement de ce dernier permettra de trouver de nouveaux clients et d'accroître l'activité de l'entreprise.

Pour les entreprises qui exportent seulement, l'accès à de nouveaux marchés plus étendus et plus diversifiés n'est pas une réponse plus fréquente que celle concernant l'accès au savoir-faire ou à des technologies nouvelles. Cela indique que le fait d'exporter pour l'entreprise ne constitue pas nécessairement une première étape d'internationalisation mais tout simplement un choix stratégique. Chacun des différents types d'internationalisation reflètera une stratégie différente adoptée par l'entreprise.

²⁹ JOFFRE P., *Comprendre la mondialisation de l'entreprise*, Economica, Paris, 1994, p. 68.

2.3.1 Accès à un nouveau savoir-faire ou à une technologie de pointe :

Les entreprises uniquement exportatrices ont pour première motivation d'accéder au savoir-faire et à la technologie. C'est pour les entreprises à formes d'internationalisation plus complexe le second motif d'ouverture vers le monde. Ainsi, parmi les entreprises qui ont choisi le simple mode d'internationalisation qu'est l'exportation, plus d'un tiers d'entre elles le fait dans le but d'acquérir des connaissances.

La décision de l'internationalisation de l'activité de l'entreprise ne réside donc pas toujours dans le fait d'élargir son marché mais aussi parfois dans un but d'élargissement des connaissances. L'augmentation des ventes ne constitue pas l'unique raison d'internationalisation, Elle cherche parfois à acquérir un savoir-faire ou à se rapprocher d'une nouvelle technologie qui lui sera peut-être vitale au cours de son avenir. L'entreprise évoque alors des raisons plus stratégiques et qui ont toujours pour objectif la recherche de compétitivité.

2.3.2 Accès à de nouveaux marchés :

Il apparaît parfois indispensable à une entreprise d'étendre son marché. Peuvent alors être évoquées deux raisons différentes à cet attrait des marchés étrangers. Les moteurs d'internationalisation peuvent être d'impulsion : push ou encore d'attraction : pull.

Le moteur d'impulsion consiste à un besoin de la firme de se rendre à l'étranger afin de pallier à un marché national trop limité en taille ou encore trop concurrentiel. Cela correspond souvent à des produits de niche ou hautement spécialisés. L'entreprise va alors avoir l'impulsion de rechercher des débouchés en poussant les clients étrangers à acheter ses produits par le biais d'une arrivée dans leur marché.

2.3.3 Optimisation de la production :

La diminution des coûts de production est parfois la motivation première des entreprises pour s'internationaliser. En effet, un accès aux marchés étrangers permet de trouver des sous-traitants moins chers ou encore d'accroître la capacité de production et de réduire le coût de celle-ci. Cette internationalisation provient de la gestion de production et intervient régulièrement dans les industries ou encore les secteurs qui supportent des coûts de production trop élevés en national. La délocalisation peut également permettre d'obtenir une main d'œuvre bon marché, une disponibilité certaine des ressources et une maîtrise des approvisionnements.

L'entreprise peut alors disposer de ressources naturelles disponibles en permanence et à moindre coût. Les incitations financières et fiscales peuvent également la conduire à s'internationaliser dans certaines zones franches par exemples. D'autre part, la baisse des coûts de production due à la délocalisation permet d'augmenter les ventes, donc de réaliser des économies d'échelle au niveau de la production, des approvisionnements, de la mercatique, de la recherche développement et des ressources financières.

2.3.4 Augmentation du pouvoir décisionnel :

Le commerce de détail et ses activités importatrices constituent un cas particulier d'internationalisation. En effet, certaines micros entreprises d'Europe se sont fortement accrût jusqu'à devenir de véritables entreprises globales. Ce constat existe dans de nombreux pays, Carrefour-Promodes en France à subit ce type de croissance et le néerlandais Royal Ahold également. Les conséquences sont alors doubles pour les entreprises, d'une part elles accroissent leur pouvoir de négociation face à leurs partenaires et d'autre part elles diminuent leurs coûts et augmentent donc leur compétitivité.

Le renforcement du pouvoir de négociation donne à l'entreprise plus de pouvoir décisionnel lors des négociations avec ses sous-traitants et lui permet de dicter les caractéristiques des produits, les conditions logistiques ou encore les prix.

Les entreprises à orientation locale se heurtent à une concurrence forte et de plus en plus importante, qui, au cours des dernières années à poussé un grand nombre d'entre elles à s'internationaliser.

2.3.5 Accès au capital :

On constate que l'accès au capital n'est pas une raison évoquée massivement quant à l'internationalisation des entreprises. Cependant des secteurs où les besoins d'investissements sont très importants peuvent les pousser à se tourner vers l'étranger afin d'obtenir les fonds indisponibles en national et nécessaires à leur activité.

2.3.6 Répartition des risques entre plusieurs pays :

L'internationalisation permet à l'entreprise de répartir les risques pays. En effet, les variations de conjoncture économique du pays, de même que les variations monétaires dues aux taux de change flottants présentent des risques pour les entreprises³⁰. Un moyen de pallier ce risque est la présence de l'entreprise dans plusieurs pays ; ainsi, si l'activité de l'entreprise dans un pays rencontre des difficultés, l'activité dans l'autre pays compensera les pertes engendrées dans le premier.

Les entreprises ont toujours un risque de dépendance pour l'écoulement de leurs produits ou leurs approvisionnements. La présence dans plusieurs pays différents pallie ce risque. En cas de rupture dans un pays l'autre site de l'entreprise pourra compenser.

Un risque produit existe également. Le marché national ne comporte qu'un cycle, en ajoutant les cycles de vie du même produit dans des marchés étrangers, l'entreprise peut rentabiliser son produit de façon plus importante et surtout sur une plus longue période.

2.4 Incertitudes des entreprises face à l'internationalisation :

Après avoir passé en revue les motivations de l'entreprise face à l'internationalisation, pourrions nous demander pour quelles raisons certaines PME ne se sont pas internationalisées ?

Ce fait peut avoir deux réponses différentes, soit l'entreprise souhaite s'internationaliser mais elle ne parvient pas à dépasser les obstacles ou difficultés qui lui font face, soit elle n'a jamais envisagée de le faire.

Les raisons de ce refus d'internationalisation peuvent être nombreuses, certaines d'entre elles pensent tout simplement que leurs activités n'auraient pas d'avantages à être internationalisée. Pour d'autres, la demande nationale est suffisante et le restera dans l'avenir, le besoin de déboucher est inexistant.

³⁰ LEMAIRE J.P., *ibid.*, p. 189.

2.5 Les formes de l'internationalisation :

2.5.1 Le développement des exportations :

L'exportation : « vente à l'étranger d'un produit fabriqué dans un pays d'origine »³¹. Elle peut être directe ou indirecte selon que l'entreprise vende elle-même ses produits ou qu'elle utilise des intermédiaires pour le faire.

La sélection du mode d'entrée dans un marché d'exportation est l'une des plus importantes décisions à prendre. Lors du choix du mode d'entrée, l'exportateur doit tenir compte de la similarité entre le marché local et étranger au niveau du service exigé, des droits de douanes, de l'acheminement du produit, des délais de livraison, de la marque de commercialisation et de l'avantage compétitif. Trois options principales d'accès au marché sont envisageables : l'exportation directe, indirecte et l'exportation associée.

2.5.1.1 L'exportation directe :

En devenant exportateur direct, le fabricant prend en charge la gestion et le contrôle de l'ensemble du processus d'exportation sans passer par des intermédiaires. Il doit assurer la responsabilité de toutes les étapes de l'opération d'exportation, de la recherche des clients au recouvrement des paiements.

L'entreprise qui désire exporter directement peut créer un département exportation indépendant du service des ventes sur le marché intérieur et doté du financement nécessaire pour répondre à ses besoins.

L'exportation directe offre de nombreux avantages, elle permet :

- Un contrôle direct du processus d'exportation ;
- Une meilleure marge bénéficiaire car l'entreprise ne partage ses bénéfices avec aucun intermédiaire ;
- De nouer d'excellentes relations avec les acheteurs étrangers.

³¹ JOFFRE P., *L'entreprise et l'exportation*, Vuibert Entreprise, Paris, janvier 1987, p. 79.

En revanche :

- Elle nécessite suffisamment de temps et de ressources pour réussir sur les marchés étrangers, ce qui pèse sur les bénéfices escomptés ;
- Elle expose l'exportateur à des risques directs plus importants.

Une autre possibilité de l'exportation directe consiste à se joindre à d'autres entreprises pour former un système ou consortiums d'exportation en commun. Souvent, les gouvernements apportent de l'aide aux entreprises formant une coopérative. Ce type d'arrangement pourrait les aider davantage au cours de la première année ou pendant les premières expériences de l'exportation.

2.5.1.2 L'exportation indirecte :

Est mieux adaptée à la phase initiale d'exportation. Elle dispense l'entreprise de tout investissement et de toute présence personnelle à l'étranger. L'entreprise désireuse d'exporter mais n'ayant pas suffisamment de ressources et de personnel, pourrait le faire par l'intermédiaire des agents à la commission, des bureaux d'achat locaux, des négociants exportateurs ou des sociétés de commerce international (SCI). Ces entités ont l'infrastructure et l'expérience nécessaire pour exporter vers de nombreux pays.

L'exportation indirecte offre également plusieurs avantages, elle permet à l'exportateur :

- De concentrer ses efforts sur la production sans avoir besoin de s'occuper des aspects techniques et légaux de l'exportation ;
- De bénéficier de l'expérience professionnelle que pourra lui apporter la société ou le service d'exportation.

Cependant, elle présente certains inconvénients :

- Le risque d'une éventuelle perte de contrôle sur le produit au profit d'un représentant particulièrement agressif.
- Le fait que les objectifs de certains intermédiaires, individus ou organisations, ne correspondent pas à ceux du producteur.
- Les interventions des intermédiaires constituent un « écran » qui empêche toute véritable connaissance et toute réelle pénétration du marché étranger.

2.5.1.3 L'exportation associée, le portage

Le piggy-back : « une entreprise utilise les services commerciaux d'une grande entreprise pour vendre ses produits à l'étranger »³². Dans le contrat de portage, une grande entreprise (entreprise porteuse) soutient une PME exportatrice (entreprise portée) dans la commercialisation de ses produits sur le marché étranger où elle est implantée.

Pour ce faire, elle met à la disposition de la PME sa structure de distribution (réseau commercial, force de vente, logistique, ...) et joue également auprès d'elle un rôle de conseil (recherche de clients, étude de faisabilité, aide à la recherche du financement, soutien logistique, ...) renforcé par le savoir-faire commercial, la connaissance du marché, et la notoriété dont elle dispose.

Le piggy-back présente quelques avantages pour la PME exportatrice :

- Coûts financiers réduits ;
- Risque limité ;
- Accès facilité et accéléré au marché. Généralement l'entreprise portée est directement rentable sur le nouveau marché. Elle peut donc réaliser un gain de temps de 3 à 5 ans, par rapport au temps généralement nécessaire pour s'implanter ;
- Opérations logistiques et administratives réduites ;
- Bénéficie de l'image de marque de l'entreprise porteuse sur ces produits ;
- Disponibilité immédiate d'une force de vente structurée ;
- Très bonne connaissance du marché à travers le porteur.

2.5.2 La mise en place d'un réseau de distribution à l'étranger :

L'exportation directe, indirecte ou associée présente l'inconvénient de ne pas assurer une présence permanente de l'entreprise à l'étranger alors que la constitution de réseaux de distribution à l'étranger le permet.

La constitution de réseaux de distribution à l'étranger peut prendre différentes formes :

- La franchise internationale ;
- La succursale (sans personnalité juridique) ;
- Filiale de distribution (création d'une personne morale nouvelle) ;
- Investissement à l'étranger (capitaux fournis par l'entreprise d'origine).

³² USUNIER J.C., *Environnement international et gestion de l'exportation*, PUF, Paris, 1985, p 77.

2.5.3 La délocalisation :

La délocalisation désigne la migration d'activités du territoire national vers l'étranger pour tirer parti des écarts internationaux de coûts des facteurs. Elle a d'abord concerné des activités industrielles intensives en main-d'œuvre et à contenu technologique peu élevé, transférées en tout ou en partie vers des pays à forte disponibilité et à faible coût du travail non qualifié.

Depuis quelques années, la délocalisation affecte également des activités industrielles au contenu technologique plus élevé ainsi que des services comme les services informatiques.

- Au sens le plus strict, la délocalisation consiste à : « un transfert de capacités de production, d'un site national vers un site étranger, sans que soit affectée la destination des biens, qui étaient jusqu'alors produits localement. »³³
- Au sens le plus large : la délocalisation économique est le transfert d'activités, de capitaux et d'emploi en des régions du pays ou du monde bénéficiant d'un avantage compétitif du fait :
 - Soit de coûts plus bas (main d'œuvre peu coûteuse, meilleur accès aux ressources naturelles, fiscalité et réglementation plus attractives) ;
 - Soit d'un pôle de compétence technologique, ou du moins de personnel compétent ;
 - Soit d'infrastructures mieux adaptées ou d'un environnement plus attrayant ;

Les objectifs de la délocalisation :

- Aller chercher des avantages économiques, souvent sous pression du marché (ex : industrie du textile) ;
- Faire face à la mondialisation de la concurrence pour rivaliser à armes égales avec les concurrents des autres pays ;
- Avoir accès à de nouveaux marchés ;
- Éliminer les barrières douanières et profiter de zones de coopération économique (ex : ALENA, Union Européenne, etc.) ;
- Accéder à de nouvelles technologies ou de nouvelles connaissances.

³³ LEMAIRE J.P., *ibid.*, p. 213.

2.5.4 La Multinationalisation :

Les firmes multinationales vendent et produisent dans plusieurs pays dans lesquels elles ont des filiales. Elles conçoivent leurs activités à l'échelle mondiale pour leurs choix en matière de financement, de production et de distribution.

On repère une FMN aux critères suivants³⁴ :

- Part des ventes réalisées à l'étranger.
- Activités de production réalisées à l'étranger.
- Présence dans plusieurs pays.
- Nombre de filiale à l'étranger.
- Détention multinationale du capital social.
- Cotation des titres sur plusieurs places financières.

Avantages de la multinationalisation :

Avantage de coûts : il existe des écarts de coûts entre les pays, et l'entreprise cherchera à en bénéficier, exemple : main d'œuvre, charges sociales fiscalité, matières premières.

Accroissement de l'échelle de production (possibilité de bénéficier d'économies d'échelle) :

- Elimination des coûts des transactions internationales ;
- Allègement des Frais de transport ;
- Accroissement du pouvoir de négociation ;
- Accroissement de la compétitivité ;
- Adaptation aux spécificités des marchés internationaux ;
- Meilleure veille technologique mondiale ;
- Image de marque internationale des produits.

³⁴ HARRISON A., *Business international et mondialisation*, Editions De Boeck, Bruxelles, 2004, p. 235.

Le tableau suivant retrace les formes de l'internationalisation, ces formes diffèrent selon le type d'entreprise.

Tableau 1: Les formes de l'internationalisation

<i>Définitions</i>	<i>Avantages</i>	<i>Type d'entreprise</i>
<u>l'exportation :</u> vente à l'étranger d'un produit fabriqué dans un pays d'origine.	<u>Directe :</u> marge supérieure, acquérir de l'expérience,	PME
	<u>Indirecte :</u> connaissance rapide du marché, gain de temps, coûte moins cher que les autres formes d'exportation	PME
	<u>associée :</u> bénéficie de l'expérience d'une grande entreprise, proximité culturelle, bénéficie du nom de l'entreprise	PME
<u>La mise en place d'un réseau de distribution à l'étranger :</u> elle peut prendre différentes formes.	<ul style="list-style-type: none"> - diminue les risques et investissements, - connaissance de l'environnement local 	Grandes entreprises
<u>La délocalisation :</u> transfert d'activités d'un pays à un autre	<ul style="list-style-type: none"> - coûts de production inférieurs - se rapprocher des consommateurs - contourner les barrières douanières 	Moyennes et grandes
<u>Les firmes multinationales :</u> vendent et produisent dans plusieurs pays dans lesquels elles ont des filiales.	<ul style="list-style-type: none"> - répartition des risques - économies d'échelle - proche des clients - accroître le pouvoir de négociation 	FMN

Source : Élaboré à partir des différentes définitions.

2.6 Le processus d'internationalisation :

On parle souvent de stratégie d'internationalisation, on entend par là une prise de décisions et une élaboration de plans tactiques dans l'optique d'un élargissement de l'activité de la firme en dehors de ses frontières nationales ; cette décisions est prises en fonction des réactions attendues de la part des autres agents économiques constituant l'environnement de la firme. « La stratégie consiste en une prise de décisions afin d'ajuster l'activité de l'entreprise par rapport à son environnement »³⁵.

La démarche suivante présente les différentes phases de l'internationalisation :

La première tâche de l'entreprise concernant son internationalisation consiste en une prise de conscience et une remise en question de la part des dirigeants par rapport aux transformations de l'environnement et aux conséquences attendues sur l'entreprise. Les vues à long terme devront être développées et un recul des décideurs devra être recherché pour toute décision stratégique.

- ***Réalisation d'un diagnostic relatif à l'internationalisation :***

Détermination du degré de dépendance de l'entreprise face à la mondialisation et mise en évidence des fonctions de l'entreprise les plus touchées par des activités globalisées. (Par exemple : la fonction approvisionnement, commerciale, logistique) Cette première étape regroupe un diagnostic interne mais aussi externe ainsi qu'une analyse sectorielle.

- ***Analyse des résultats en vue d'une prise de position face à la mondialisation***

L'analyse du diagnostic externe révélera le degré d'internationalisation de l'environnement de la firme en termes de technologie, d'économie mais aussi de culture. Le diagnostic interne révélera les capacités de la firme à faire face à une concurrence globale si celle-ci existe et étudiera la capacité de chacune des fonctions de l'entreprise à s'internationaliser. L'analyse sectorielle occupe une place prédominante, elle permettra de déterminer si oui ou non l'internationalisation est indispensable.

³⁵ DE FONTGALLANDE., *Intelligence des marchés et développement international*, Lavoisier, Paris, 2005, p. 114.

- ***Décision négative :***

Quant à une internationalisation de l'entreprise, le secteur est abrité et l'environnement est restreint au secteur national. Fin du processus.

- ***Décision positive :***

Quant à une internationalisation de l'entreprise, le secteur est global, les facteurs clés de succès et la compétitivité trouvent leurs origines dans différents pays, l'internationalisation est nécessaire, les enjeux sont importants.

- ***Détermination de la stratégie***

Celle-ci devra être adaptée à l'entreprise, à son environnement et à son secteur. Les outils nécessaires au processus d'internationalisation devront être mis en évidence, ils peuvent concerner les technologies de la communication nécessaires, la formation du personnel, le mode de veille informationnel choisi. C'est lors de cette étape que les modes d'internationalisation seront étudiés : exportation simple, franchise, IDE, importation.

- ***Mise en place de la stratégie dans l'entreprise***

Détermination d'une organisation adaptée à la firme et son environnement de même que de la forme de management choisie.

- ***Contrôle des premiers résultats et de l'application du processus***

Evaluation de l'activité de la firme en termes qualitatif et quantitatif. Cette phase peut comporter par exemple une mise en place d'un *Benchmarking*³⁶. Observation des difficultés et des dysfonctionnements et comparaison avec les concurrents ayant réussi leur internationalisation. Développement de mesures correctives afin d'améliorer le processus, c'est-à-dire de diminuer les risques et d'accroître les retombées positives.

³⁶ *Benchmarking* est l'étude et l'analyse des techniques utilisées par les entreprises de tout secteur, en reprenant les meilleurs outils pour les adapter aux spécificités de l'entreprise.

- *Mise en place des mesures correctives*

À l'issue de cette étape, des modifications importantes seront intégrées à la firme. Celles-ci doivent permettre une amélioration de l'internationalisation.

- *Contrôles réguliers et ajustements*

Par le biais d'une analyse des résultats commerciaux et financiers. Un diagnostic devra à nouveau être réalisé et analysé en interne.

L'internationalisation si elle se révèle indispensable à l'issue de la seconde étape devra être réalisée de manière progressive. L'ensemble de la firme doit y participer. Il s'agit d'un processus permanent qui révolutionne l'organisation, la stratégie, et par conséquent la culture de l'entreprise.

Conclusion :

Après avoir passé en revue les différentes définitions, les typologies des PME, Nous avons constaté, qu'il n'existe pas de définition communément admise sur le secteur de la petite et moyenne entreprise, ce qui a rendu l'analyse plus ou moins difficile. Plusieurs caractéristiques ont été relevées, afin de mieux cerner le concept de PME : une concentration de la gestion de la décision, une personnalisation de la gestion, une moindre spécialisation des tâches et la diffusion rapide de l'information.

De l'étude des enjeux de l'internationalisation, on peut déduire qu'il est toujours possible pour une entreprise de trouver la solution d'internationalisation qui lui convient conformément à ses motivations et à l'environnement dans lequel elle évolue. Il est essentiel aussi d'exploiter ses ressources afin d'optimiser son entrée sur les marchés internationaux.

Cependant, Il n'y a pas de recette miracle pour les entreprises désireuses de réussir sur la scène internationale. Même si certaines conditions favorisent la performance à l'exportation, les entreprises doivent tenir compte des facteurs contextuels qui composent leur environnement particulier.

Dans le présent chapitre, nous avons essayé de cerner le concept de la Petite et Moyenne Entreprise ainsi que celui de l'internationalisation, chacun à part.

Dans le chapitre suivant, nous tenterons de voir comment nous pouvons transposer la notion de l'internationalisation sur la réalité des Petite et Moyenne Entreprise. Nous passerons en revue les différents travaux abordant le processus de son internationalisation, puis les obstacles et les problèmes qui entravent son développement à l'international.

Introduction :

Les grandes entreprises se sont par le passé souvent vues attribuer l'exclusivité du champ théorique à l'international, puisque selon les théories économiques classiques les PME n'ont pas les ressources managériales et financières suffisantes pour entreprendre des activités hors de leurs frontières nationales. Les tendances récentes de l'économie semblent renverser la donne au profit des PME qui se voient attribuer un champ théorique de plus en plus important.

La première section du chapitre sera consacrée à l'exposé des travaux traitant du processus d'internationalisation de la PME.

L'internationalisation apparaît comme un vecteur de croissance et un moyen de survie incontournable pour un nombre de PME grandissant, tout secteur confondu. Cependant, les sources des difficultés d'internationalisation des PME sont multiples. En effet, c'est en faisant face à des obstacles d'ordre culturel, informationnel, administratif, financier ou encore concernant la communication ou l'évaluation des partenaires potentiels que l'entreprise gagnera sa place à l'international. De plus, les PME font l'objet de contraintes de plus en plus pesantes dans leur propre pays. Celles-ci sont souvent un frein à l'extension géographique de la PME, absorbées par des dysfonctionnements immédiats. Les entreprises ne souhaitant pas toujours se lancer dans un processus complexe et périlleux d'extension de leurs activités.

Néanmoins, les forces propres du pays vont déterminer ses possibilités à l'exportation. Les ressources particulières, la situation géographique, le climat et la structure des coûts dans l'économie nationale, constitueront le contexte qui permettra aux PME prises individuellement d'exploiter leurs propres avantages concurrentiels.

Les contraintes et les obstacles qui entravent l'internationalisation des PME seront approfondis dans la seconde section du chapitre.

Section 1: L'internationalisation des PME

Les mutations politiques et économiques du système mondial produites par la globalisation des marchés, ont créé de nouveaux champs de libre action pour les entreprises et leur ont imposé de nouvelles règles de jeu. Or, les moyens limités des PME ne leur permettent pas une diversification de leurs produits, ce qui les rend sensiblement attachées à un produit clé et particulièrement vulnérables à son obsolescence. Confrontées au déclin de leurs marchés nationaux, elles sont contraintes de se diversifier géographiquement, autrement dit de s'internationaliser.

1.1 Les théories de l'internationalisation

En regroupant les travaux qui ont marqué le champ disciplinaire portant sur le processus d'internationalisation des PME selon l'approche théorique, on peut relever trois écoles de pensée : l'école comportementale avec les modèles par étapes, l'école économique avec les théories des investissements directs étrangers (IDE) et l'école de relations avec les théories des réseaux.

Tableau 2 : Les caractéristiques des écoles

Écoles de pensée	Types d'entreprise	Facteurs de succès
Modèles par étapes	Traditionnelle	Apprentissage dans le temps
Théories des IDE	« Born global »	Avantage compétitif spécifique
Théories des réseaux	« Born-again global »	Échange de connaissances entre Partenaires

Source : GOY H., *Quel statut pour les PME dans la recherche francophone en stratégie*, xv^{ème} conférence internationale de management stratégique, Annecy, Genève, 13-16 juin 2006.

1.1.1 Les modèles par étapes :

Les modèles par étapes ont été les premiers à tenter d'expliquer l'internationalisation et en tant que tels, ils s'appliquent davantage aux entreprises traditionnelles dont le succès à l'étranger est fonction de l'apprentissage cumulatif dans le temps. Ces différents modèles ont en commun le fait d'appréhender l'internationalisation comme un processus linéaire et séquentiel composé d'un ensemble d'étapes appelées *chaîne d'établissement* (Coviello et McAuley). La nature et le nombre des étapes varient selon les auteurs dont les travaux se rattachent à cette approche.

Deux voies d'analyse de l'internationalisation sont proposées dans ce courant : le modèle Uppsala (Johanson et Vahlne)³⁷ et le modèle d'innovation (Bilkey et Tesar ; Cavusgil ; Czinkota ; Reid).

1.1.1.1 Le modèle Uppsala :

Le modèle Uppsala (*U-model*) a été développé initialement par Johanson, Wiedershiem-Paul et Vahlne. Ce modèle décrit l'internationalisation comme un processus long, réactif et évolutif. Parmi les contributions majeures de cette école suédoise, deux concepts nous paraissent essentiels : celui de processus d'apprentissage et celui de distance psychologique.

En prenant l'internationalisation comme un processus d'apprentissage graduel Johanson et Vahlne ont mis l'accent dans leur modèle sur l'expérience acquise peu à peu sur les marchés étrangers et qui constituerait la clé de l'internationalisation. Cette dernière se présente comme le produit d'une série de décisions incrémentales. En intégrant des marchés étrangers, l'entreprise, tire des connaissances de cette expérience et peut par conséquent alimenter son processus de décision et accroître son engagement extérieur.

Ces auteurs constatent sur la base de leur étude des firmes suédoises que celles-ci suivent un processus séquentiel scindé en quatre étapes :

- Activités d'exportations irrégulières et opportunistes ;
- Exportation *via* un agent indépendant ;
- Implantations d'une succursale/filiale de vente ;
- Productions dans le pays étranger.

³⁷ Pour plus de détail voir l'article: JOHANSON, VAHLNE, *The internationalization process of the firm: A model knowledge development and increasing foreign market commitments*, Journal of International Business Studies, vol. 8, n°1, 1977, p. 23-32.

Le second apport de ce modèle concerne la distance psychologique. « Cette dernière est définie comme l'ensemble des différences culturelles et linguistiques ayant une influence sur la circulation de l'information et la prise de décision dans les transactions internationales »³⁸.

Les PME exportent d'abord vers les pays à distance psychologique moindre et, une fois l'incertitude liée au phénomène de distance culturelle dépassée, elles s'étendent vers des marchés plus éloignés psychologiquement.

Les auteurs expliquent ainsi qu'à mesure que l'expérience internationale s'accroît, la distance psychologique qui sépare la PME des nouveaux territoires étrangers se réduit, favorisant une progression plus étendue et une utilisation plus complète des opportunités offertes par les différents pays connus.

1.1.1.2 Le modèle de l'internationalisation par l'innovation :

Le modèle d'innovation (*I-model*) considère l'internationalisation comme un processus analogue aux étapes d'adoption d'un produit nouveau. Cette conception a été retenue par un certain nombre d'auteurs pour expliquer l'internationalisation des PME et plus particulièrement l'exportation.

Le I modèle est fondé sur deux grands préceptes qui restent largement imprégnés de l'école Uppsala : l'implication progressive et par étape des firmes dans l'exportation, l'existence de la distance psychologique. Les modèles les plus connus sont ceux de Bilkey et Tesar³⁹, Cavusgil, Cinkota et Reid.

Tous ces modèles considèrent que chaque étape à franchir constitue une innovation pour l'entreprise, les seules différences se situant dans le choix des étapes, leur nombre et dans le mécanisme initiateur de l'internationalisation des PME (Ageron)⁴⁰.

³⁸ BOUTARY M., M.C. MONNOYER, *TIC et Petite et Moyenne Entreprise exportatrices : entre éloignement et gestion de proximité*, Problèmes économiques, n°2885, octobre 2005, p. 14-19.

³⁹ Se référer à l'article initial: BILKEY W., G. TESAR, *The export behaviour of smaller sized Wisconsin manufacturing firms*, Journal of International Business Studies, vol.8, n° 1, 1977, p. 93-98.

⁴⁰ AGERON B., *La construction d'une capacité de réponse d'une PMI à l'international : une mise à l'épreuve des faits du modèle de Bilkey et Tesar*, Revue Internationale PME, vol. 14, n° 2, 2001, p. 19-24.

Tableau 3 : L'internationalisation innovation de Bilkey et Tesar (1977)

Stades	Caractéristique de l'entreprise
Stade 1 :	N'est pas intéressée par l'export et ne répond même pas à une commande non sollicitée
Stade 2 :	prête à répondre à une commande non sollicitée, mais ne fait aucun effort pour explorer la possibilité de développer une activité d'exportation.
Stade 3 :	explore activement la possibilité de développer une activité d'exportation.
Stade 4 :	exporte sur une base expérimentale vers des marchés proches psychologiquement.
Stade 5 :	exportatrice confirmée, elle adapte son niveau d'exportation de manière optimale.
Stade 6 :	explore les possibilités de développer une activité d'exportation vers des pays psychologiquement plus distants.

Source : <http://neumann.hec.ca/airePME/pdf/2005>.

Leonidou et *Katsikeas* ont suggéré que les étapes des différents modèles s'inscrivant dans cette perspective se résument essentiellement à trois phases⁴¹ :

- **Le pré-engagement** : firmes intéressées seulement par le marché national ; firmes envisageant sérieusement d'exporter ; firmes ayant déjà exporté mais ne le faisant plus.
- **La phase initiale** : firmes impliquées de façon irrégulière dans l'exportation ayant le potentiel pour étendre leurs activités à l'étranger.
- **La phase avancée** : firmes exportant régulièrement avec une expérience étendue à l'étranger ; firmes envisageant d'autres formes d'engagement à l'international.

Les modèles concevant l'internationalisation comme une innovation pour l'entreprise demeurent cependant très proches de l'école d'Uppsala dont ils conservent les deux grands principes : implication graduelle des firmes et existence de la distance psychologique, surmontée par les connaissances acquises via l'expérience sur les marchés étrangers.

⁴¹ AGERON B., *ibid*, p. 32-39.

Ces deux modèles ont constitué pendant longtemps la base théorique de différentes études empiriques sur l'internationalisation. Toutefois, avec l'internationalisation grandissante des marchés où l'incertitude liée aux activités d'exportation est moindre qu'il y a une trentaine d'années, les limites de ces modèles n'ont pas tardé à apparaître. Ainsi, ils ont été critiqués pour être trop déterministes (Johanson et Vahlne.), pour mettre l'accent sur la distance psychologique (*Melin.*), pour ne pas prendre en considération les modes d'entrée coopératifs, pour ne pas être capables d'expliquer le comportement des firmes (appelées « *born global* ») qui dès leur naissance vont à l'international.

1.1.2 Les Théories des IDE

L'idée principale que la théorie des IDE soutient est que les firmes exploitent leurs avantages concurrentiels en interne en créant, de façon indépendante et sans faire appel aux ressources et aux connaissances des partenaires, leurs propres filiales à l'étranger. C'est justement parce qu'elles craignent de perdre leur avantage compétitif que ces compagnies refusent d'accepter l'interdépendance entre les membres d'un réseau (Coviello et McAuley)⁴².

La théorie des ressources met de l'avant le développement et l'exploitation des ressources, des habiletés et des connaissances uniques de la firme dans le processus d'expansion internationale. Comme de telles ressources se développent en interne et sont perçues comme des avantages concurrentiels, la théorie des ressources pourrait être incluse dans la vaste catégorie des théories des IDE.

La plupart des études plus nouvelles ont utilisé la théorie des ressources pour interpréter l'internationalisation de firmes qui ne progresse pas selon les modèles par étapes. D'après cette théorie, l'avantage concurrentiel des entreprises s'explique par l'existence d'une combinaison des ressources et des compétences distinctives et non reproductibles.

Des arguments empiriques cohérents à l'appui de la thèse d'existence de compagnies qui dès leur naissance se lancent à la conquête des marchés étrangers sont exposés par Oviatt et McDougall, processus qui est facilité par l'établissement de différents accords commerciaux entre les pays d'une région donnée.

⁴² Pour plus de détail voir l'article: COVIELLO N.E., A. Mc AULEY, *Internationalization and the Small Firm: A Review of Contemporary Empirical Research*, Management International Review, vol. 39, n° 3, 1999, p. 223-237.

Reuber et Fischer soutiennent que les connaissances et l'expérience de l'équipe de gestion principale ressource de la firme sont le facteur déterminant de l'exportation précoce. L'émergence d'un nouveau courant portant sur les entreprises « *Born global* », qui entrent et sortent des marchés étrangers de façon flexible remet en question la pertinence de l'expérience préalable acquise sur le marché national en tant que variable déterminante de l'exportation.

Dans cet ordre d'idées, nous croyons que le comportement des PME « *Born global* », dont le facteur essentiel de réussite à l'étranger est leur avantage concurrentiel, pourrait être analysé à la lumière de la théorie des ressources.

1.1.3 Les Théories des Réseaux :

Appliquée au processus d'internationalisation, l'approche par les réseaux trouve ses fondements dans la prolongation des travaux de l'école d'Uppsala. En effet, Johanson et Mattson⁴³, Johanson et Vahlne⁴⁴, à partir de leurs précédents travaux, ont mis en avant l'importance du réseau de l'entreprise dans l'explication des motivations et modalités de l'internationalisation. Ils reprennent les concepts utilisés dans leur modèle original (engagement, connaissance, activités actuelles et prise de décision) ils les examinent de façon multilatérale plutôt que du seul point de vue de l'entreprise : l'internationalisation est vue comme un processus à la fois intra- et inter organisationnel.

Ainsi l'internationalisation est définie comme étant un réseau se développant à travers les relations commerciales réalisées avec d'autres pays *via* les trois étapes définies par Johanson et Mattson : prolongation, pénétration, et intégration. La ***prolongation*** est le premier pas effectué par les entreprises pour intégrer le réseau. Elle est accompagnée par des investissements nouveaux pour la firme. La ***pénétration*** est liée au développement des ressources et des positions de l'entreprise au sein du réseau. ***L'intégration*** consiste à élargir et coordonner ses réseaux nationaux.

⁴³ Voir l'article : JOHANSON J., L.G. MATTSON, *Internationalization in industrial system, a network approach*, dans stratégies in global competition, Neil Hood and J E VAHLNE, London : Crom Helm, 1988, P. 287-314.

⁴⁴ JOHANSON J., VAHLNE J.E., *The mechanism of internationalization*, International Marketing Review, vol 7, n°4,1990, p. 11,24.

Le réseau est défini comme la jonction d'un ensemble de relations d'échange. Le rapport liant les firmes entre elles forme le noyau de l'approche réseau. En créant des liens financiers, technologiques, et de marché, avec les autres acteurs du réseau, les firmes élargissent progressivement leurs connexions et peuvent étendre leurs activités au-delà des frontières nationales pour devenir internationales. Ces rapports entraînent la firme dans des relations internationales délibérées mais non planifiées.

Le succès de la stratégie d'exportation réside dans la complémentarité des ressources et l'échange de connaissances entre les différentes firmes du réseau. Par le truchement des réseaux, les PME sont capables d'opérer sur la scène internationale en partageant avec les autres membres les risques associés à l'exploration des nouveaux marchés et en diminuant les désavantages propres aux PME, comme la petitesse et l'isolement.

Les théories des réseaux pourraient expliquer davantage le comportement des firmes appelées « *Born-again global* » qui s'internationalisent subitement après une longue période de concentration sur le marché local. Cette internationalisation subite d'une firme est possible grâce à un événement déterminant, comme le développement d'un réseau de relations ou l'achat d'une autre entreprise ayant un réseau de relations déjà établi, qui lui apporte des ressources informationnelles et financières supplémentaires.

L'approche par les réseaux procure une nouvelle perspective d'interprétation du processus d'internationalisation de la firme, particulièrement lorsqu'il s'agit des petites firmes dont le développement ne peut se comprendre sans tenir compte de son appartenance à un réseau.

Certaines pratiques stratégiques sont plus lisibles dans les petites entreprises que dans les grandes. Au plan conceptuel, plusieurs théories justifient la présence des petites entreprises, notamment le rôle de l'entrepreneuriat, la théorie des interstices, les critiques à l'égard des économies d'échelle et les mutations des systèmes productifs. Enfin, empiriquement, ces entreprises à dimension humaine possèdent les caractéristiques requises pour s'adapter aux situations de crise : souplesse, dynamisme et flexibilité.

1.2 La relation entre la taille de la firme et l'exportation :

Tout en étant un thème ancien et déjà largement exploré, la question de l'exportation connaît un significatif regain d'intérêt. Ce dernier est la contrepartie naturelle du mouvement d'ouverture des marchés nationaux qui est entré dans une nouvelle phase au cours des années quatre-vingt et dont de nouveaux accords multilatéraux (Organisation Mondiale du Commerce « OMC ») ou régionaux (Union européenne, Association de libre échange nord-américaine « Alena ») sont une manifestation.

Dans une logique économique de spécialisation des échanges, la tentation se fait forte d'inciter les entreprises à exporter. Les petites et moyennes entreprises (PME) sont les premières concernées sur ce point dans la mesure où elles composent le vivier le plus riche des potentialités à l'exportation.

De nouveaux thèmes sont ainsi apparus dans les problématiques d'exportation. Schématiquement, on peut considérer que la question de l'exportation a été longtemps intégrée dans la logique du cycle de vie des produits au niveau du commerce international (Vernon, 1966). L'entreprise se préoccupe d'abord d'occuper son marché national puis, lorsque celui-ci arrive à saturation, elle se tourne vers les marchés étrangers.

Or, ce schéma traditionnel est de plus en plus remis en cause : la concurrence est souvent internationale dès l'origine du fait de l'interpénétration des marchés, en sorte que la question de l'exportation n'attend pas la phase de maturité. Elle est susceptible de se poser dès l'émergence du marché. En ce sens, l'exportation peut devenir une contrainte dans le plan de développement de l'entreprise avant même que d'être un choix. C'est pourquoi il est devenu non seulement légitime, mais plus encore nécessaire, de réévaluer la viabilité des stratégies exportatrices et leur impact sur la rentabilité.

La relation entre la taille de l'entreprise et son comportement à l'exportation reste l'une des relations les plus analysées, malgré la diversité des approches cherchant à cerner le comportement des PME internationales, la taille reste le critère privilégié pour caractériser la PME.

L'hypothèse qui a été la plus traitée est celle que les firmes de grande taille sont les plus susceptibles d'exporter puisque la taille affecte leurs capacités commerciales, leurs attitudes, leurs besoins et pratiques qui sont des déterminants importants pour le succès de l'exportation. Selon Saporata la taille des PME constitue plutôt un obstacle au développement international au regard, notamment de leurs moyens limités, de leurs accès difficiles aux sources d'informations sur les marchés extérieurs, de leurs moindres maîtrises de la culture d'accueil et la complexité des procédures à l'échange international.

Selon Calof, la taille n'empêche pas l'internationalisation des petites entreprises mais limite les opportunités sur les marchés extérieurs ainsi que le nombre de marchés servis. Certaines ressources dont disposerait l'entreprise peuvent être critiques et influencer sa croissance et le choix des marchés qu'elle peut pénétrer.

En effet, le manque de ressources financières, physiques, le manque d'opportunités convenables et le manque de capacité managériale suffisante contraignent l'activité à l'international des PME (Penrose,)⁴⁵.

Puisque les théories fondées sur la taille sont généralement acceptées, plusieurs études ont tenté d'associer la taille avec les différents aspects d'exportation comme *l'orientation vers l'exportation* (Kaynak et Kothari, 1984), *l'intensité d'exportation* (Bonaccorsi, 1992), *le nombre et les caractéristiques des pays desservis* (Beamish et Munro, 1987) nous passerons en revue ces études les plus importantes sur la relation entre la taille de l'entreprise et quelques aspects de l'exportation.

1.2.1 Orientation vers l'exportation :

On peut observer deux courants distincts. Le premier se concentre sur l'analyse comparative des caractéristiques des exportateurs et des non exportateurs, tandis que le deuxième vise à expliquer les différences entre les exportateurs agressifs qui ont réussi et les firmes qui exportent peu, des exportateurs passifs (Cavusgil, 1984). Certaines études ont trouvé que la probabilité qu'une firme commence à exporter ses produits augmente avec sa taille (Lall et Kumar, 1981).

⁴⁵ PAPIILLON J.P., *Le rôle de la taille de la firme : les spécificités des petites et moyennes entreprises*, Problèmes économiques, n°2885, octobre 2005, p. 2-13.

Toutefois, d'autres études ont démontré que les PME peuvent exporter (Edmunds et Khoury, 1986) et que la taille peut ne pas affecter leur intérêt pour les exportations (Ali et Swiercz, 1991). En faisant une distinction entre les exportateurs et non exportateurs, Cavusgil a conclu que la taille est un facteur significatif seulement dans le cas où la firme est extrêmement petite et qu'à partir d'un point donné l'exportation n'est plus corrélée avec la taille.

1.2.2 Intensité d'exportation :

Les résultats d'une grande partie des recherches établissent une corrélation positive entre la taille des entreprises et le rapport « ventes internationales/ventes totales » (O'Rourke, 1985). Cependant, quelques études ont démontré soit qu'il n'y a aucune relation entre ces deux variables, soit qu'il y a une relation négative où les petites entreprises ont un niveau plus important d'intensité internationale que les grandes firmes (Holden, 1986). Les résultats contradictoires émanant de ce courant de recherche ont incité Czinkota et Johnson (1983) à conclure que plus de recherches empiriques sont nécessaires pour comprendre le comportement à l'exportation des PME⁴⁶

1.2.3 Nombre de pays desservis :

Il n'y a que quelques recherches qui ont tenté d'établir une relation entre les PME et les marchés étrangers vers lesquels elles exportent. Ainsi, peu de choses sont connues sur les types et le nombre de marchés desservis par une firme donnée. Les études existantes montrent que les grandes compagnies exportent vers plus de pays que les petites.

Par exemple, Beamish (1984) ont découvert que les petits de l'Ontario desservent 1,9 marché et que les exportateurs moyens en desservent 2,2. Balcome (1986) a aussi démontré que les PME exportent vers un nombre légèrement inférieur de régions (3,6) que les grandes compagnies (4,9). Par contre, il n'y pas de recherches qui tiennent compte de la typologie des marchés extérieurs desservis.

⁴⁶ MALIVERNEY J., *Les entreprises exportatrices : une concentration accrue*, Économie et Statistique, n° 271-272, 1991, p. 105-114.

Section 2: Les obstacles à l'internationalisation des PME

Les barrières et obstacles qui dissuadent ou freinent les PME désireuses d'accéder aux marchés internationaux privent les entreprises et finalement les économies nationales de gains potentiels significatifs pouvant être récoltés sur les marchés internationaux.

Alors qu'une majorité de PME a vocation de desservir uniquement les marchés locaux, une proportion non négligeable d'entre elles ont besoin d'accéder aux marchés étrangers pour assurer leur survie et leur expansion. Parmi elles on trouve un groupe d'entreprises à forte croissance, orientées vers l'exportation (OCDE, 2002).

L'environnement de l'entreprise propre à chaque marché "étranger" ciblé, caractérisé par sa propre configuration de dimensions réglementaires, administratives, politiques et culturelles, représente un grand défi pour une PME candidate à l'exportation, un investisseur ou un futur partenaire de réseau. Ce défi comporte une complexité et une dimension auxquelles ces PME sont très mal préparées.

Les PME sont moins bien équipées que les grandes entreprises pour faire face aux défis de l'internationalisation, mais comme les entreprises plus grandes, elles doivent procéder à des études et à des travaux préalables avant de se lancer sur les marchés internationaux.

Les principaux obstacles qui freinent l'internationalisation des petites et moyennes entreprises sont :

- La culture d'entreprise qui prévaut au sein d'une PME : les petites entreprises ont tendance à être plutôt tournées vers les marchés locaux et vers des individus que vers des marchés internationaux et de grandes entités.

Une culture trop rigide et trop limitée géographiquement peut présenter un frein majeur à l'impulsion d'internationalisation et de nombreuses difficultés lors de l'ouverture de l'entreprise vers les marchés étrangers.

- Le manque d'information sur les possibilités de coopération. Les informations utiles font souvent défaut à la PME n'ayant pas de personnel spécialisé dans la recherche de celles-ci et le temps faisant défaut aux autres employés pour procéder à des recherches informationnelles détaillées.

Ainsi, l'entreprise se lance parfois dans des processus d'internationalisation sans même avoir toutes les données concernant les opportunités et les menaces du nouvel environnement. Le manque d'informations constitue également un frein à l'amorce d'un processus d'internationalisation. En effet la PME sous-estime parfois les difficultés par manque de connaissance des opportunités.

- Les difficultés de communication présentent une source majeure de difficultés pour les PME. La maîtrise de plusieurs langues fait bien souvent défaut aux PME où l'anglais n'est parfois pas parlé. Sans un personnel qui maîtrise au minimum l'anglais, la PME a très peu de chance de s'en sortir sans encombre dans son internationalisation. L'adaptation culturelle aux autres pays peut également présenter des difficultés aux PME ayant une ouverture insuffisante sur le monde. Cette adaptation culturelle est une des clés majeure de la réussite des entreprises dans les pays étrangers.
- Les difficultés d'identifier et d'évaluer les partenaires potentiels, sont nombreuses dans les PME. En effet, une méconnaissance des marchés internationaux, des grandes tendances de son secteur et des principaux acteurs internationaux peut souvent conduire la PME à l'erreur concernant le choix de son partenaire international.
- Les problèmes administratifs sont une source importante de difficultés pour l'internationalisation de l'entreprise. Les charges administratives sont souvent très lourdes et doubles dans le cadre d'une activité dans deux pays différents.

La gestion administrative prend bien souvent beaucoup trop de temps à l'entreprise et l'empêche d'avancer librement et plus rapidement. La maîtrise des procédures administratives présente un caractère essentiel dans l'internationalisation de l'activité de la PME.

Le premier obstacle est inhérent au fonctionnement et à la « mentalité PME » Les petites entreprises, et même beaucoup de moyennes, sont d'abord intéressées par le maintien ou agrandissement de leur activité sur leur marché local. L'entrepreneur est souvent « multi-fonctionnel », s'occupant autant de l'aspect technique que commercial ou autre.

Une stratégie d'ouverture à l'international (tant via les exportations que par la coopération transfrontalière) n'est pas souvent une démarche naturelle pour un dirigeant d'une PME, car bien souvent il n'en a ni le temps ni les outils de base pour le faire. En outre, les ressources qu'une PME peut consacrer à une stratégie internationale sont aussi généralement très limitées.

Si cet obstacle « culturel » est franchi, survient la difficulté de trouver l'information. En effet, c'est souvent au hasard de rencontres lors de foires ou de salons que vient l'idée d'une ouverture vers l'étranger. Mais il s'agit alors de « systématiser » ce souhait, en trouvant l'information et les conseils appropriés. Cet effort pour aller chercher l'information, pour un dirigeant déjà fort pris par les tâches quotidiennes, peut être un obstacle gênant.

Quand l'information a été trouvée et a permis d'envisager certaines pistes de collaboration internationale, se posent alors des problèmes de communication, et principalement la pratique de langues étrangères. Beaucoup de chefs de petites et moyennes entreprises ne parlent pas, ou insuffisamment, une ou des langues étrangères, et particulièrement l'anglais.

Si on suppose ces trois obstacles franchis, il reste à entrer dans les problèmes spécifiques et plus « techniques » de l'identification et l'évaluation des partenaires potentiels, ainsi que le type de coopération qui peut être envisagé. Viennent enfin les problèmes juridiques et administratifs résultant des différences entre les droits et les formalités administratives nationales. Ces problèmes restent extrêmement importants, en dépit du marché unique.

2.1 La contrainte financière :

Le coût du processus d'internationalisation est très élevé. Afin d'assumer ce coût ainsi que les nombreuses dépenses liées à l'internationalisation, la PME doit assurer un financement suffisant. L'obtention de ce financement ou d'un capital suffisant afin de réaliser ses objectifs est un problème important pour les petites et moyennes entreprises.

Les PME ont un besoin de financement externe important⁴⁷. Si elles ne parviennent pas à trouver de solutions financières, elles ne peuvent se permettre une internationalisation.

Il apparaît, en effet, que plus l'entreprise est petite et plus elle a un besoin de financement externe important. On constate aussi que, plus les PME s'engagent vers des activités tournées vers l'extérieur plus elles souffrent de contraintes liées au financement.

Il n'y a pas de dispositif spécifique, pour le financement des exportations des Petite et Moyenne Entreprise. On distingue deux systèmes financiers, l'un basé sur les banques comme en France ou en Allemagne et l'autre basé sur le marché financier comme en Angleterre.

⁴⁷ MASOUNAVEA., *Financement des PME panne à l'allumage*, Revue Banque, n°685, Novembre 2006, p. 24-25.

Le prêt étant la source préférentielle de financement des entreprises évoluant dans le système basé sur les banques, ces dernières sont donc les principales entités dans la fourniture des financements. Ce système présente un manque de ressources alternatives pour les entreprises.

De nombreuses PME ont longtemps considéré l'accès au financement comme un problème. Ceci vaut pour l'accès au capital mais aussi pour l'accès au crédit. Les besoins en capitaux des PME peuvent être couverts soit par leurs capitaux propres soit par du capital emprunté. Le capital emprunté par les PME en provenance de différents prêteurs est la différence entre son besoin en fonds et ses capitaux disponibles.

La principale raison des difficultés des PME à obtenir des prêts bancaires est le manque de garanties pour le banquier et la dotation valable limitée en capital. Les banques sont très réticentes à prendre des risques et elles réclament des garanties⁴⁸.

Si celle-ci n'est pas satisfaite des performances de la PME, elle accordera le prêt difficilement. Une PME ayant un bilan plutôt négatif, des pertes ou encore des liquidités insuffisantes, pourra rarement obtenir un prêt. Le manque d'expérience commerciale du chef d'entreprise peut parfois être suffisant pour faire naître les réticences de la banque quant à une demande de prêt. Il est parfois obligatoire pour le chef d'entreprise d'affecter à la banque son épargne privée afin d'obtenir un emprunt. On constate que le manque de garanties suffisantes est la principale raison en ce qui concerne les entreprises de taille moyenne.

Pour tenter de saisir ces obstacles financiers rencontrés les PME lors de leur internationalisation, nous allons passer en revue les principales théories qui interprètent la relation de financement des PME en général. Ensuite nous jetons un regard sur la façon dont le financement des exportations est organisé.

2.1.1 Les théories du financement de la PME :

Modigliani et Miller (1958) ont été les premiers à mener l'analyse théorique de l'incidence de la structure financière, et notamment du ratio dettes/fonds propres, sur la valeur de la firme. Ils montrent ainsi que, sous certaines hypothèses, toutes les formes de financement sont équivalentes en présence de marchés financiers parfaits. La sélection d'une structure financière quelconque repose principalement sur les hypothèses restrictives suivantes :

⁴⁸ ARZANO R., *Le financement de la petite entreprise en Afrique*, Edition L'Harmattan, Paris, 1995, p. 68.

- Les marchés financiers sont parfaits.
- Les agents peuvent prêter ou emprunter à un taux fixe et sans limite.
- Les coûts de faillite sont nuls
- Il n'y a pas d'asymétrie d'information entre les agents.
- Les dirigeants gèrent leurs entreprises dans l'intérêt de leurs actionnaires (absence de conflits d'intérêt).

La remise en cause progressive de ces hypothèses a permis de mettre en évidence l'influence de plusieurs facteurs déterminants sur la structure financière ce qui a permis de rejeter l'hypothèse de neutralité de la structure de financement.

2.1.1.1 La théorie du financement hiérarchique « Pecking Order Theory » :

La théorie du financement hiérarchique suppose qu'il y a un classement entre les différents modes de financement. Les modèles de départ sont basés sur l'hypothèse d'asymétrie d'information (Myers et Majluf, 1984). L'explication fournie par ces modèles est que le dirigeant agit en faveur des actionnaires existants au détriment des actionnaires futurs.

Selon Myers et Majluf les nouveaux actionnaires interprètent une augmentation de capital comme un signal d'un état défavorable ce qui engendre la réduction de la valeur de la firme. Cependant, les anciens actionnaires préfèrent la situation d'investissement car elle augmente leur richesse (malgré la baisse de la valeur de la firme).

Pour éviter la réduction des prix des actions, le dirigeant a intérêt, et ce quelque soit l'état de la nature, à utiliser un autre financement. Ainsi, la hiérarchie choisie est la suivante : autofinancement, dette non risquée, dette risquée et augmentation de capital. De ce fait le financement externe (bancaire ou de marché) est une solution de deuxième ordre « second best » Selon Myers et Majluf.

Cette hiérarchie permet de limiter les risques de se trouver dans des situations de sous investissement et d'émission d'actions à un prix trop bas, de limiter la distribution de dividendes et de réduire les coûts du capital en limitant le recours aux emprunts.

En ce qui concerne les PME, la hiérarchie trouvée par Myers et Majluf semble être la mieux adaptée à leur choix de financement. En effet, ce n'est pas uniquement les préférences du dirigeant qui décident du classement à adopter mais aussi les possibilités d'accéder au marché financier. De plus, ayant un risque élevé de faillite, les banques se méfient beaucoup de leur accorder des emprunts.

2.1.1.2 Les secteurs de financement selon Hicks :

Selon Hicks, l'entreprise peut choisir entre deux modalités : l'autonomie de financement "auto-economy" et le découvert "overdraft", d'autre part. Une garantie implicite ou explicite d'accès au crédit courant peut apporter aux entreprises une flexibilité financière équivalente à celle qu'assure la détention d'actifs financiers liquides pour les entreprises autonomes (Hicks, 1975).

Le choix entre les régimes d'*auto-economy* et d'*overdraft* dépend non seulement des performances financières de l'entreprise mais aussi de sa capacité à accéder à un financement externe relativement garanti, s'inscrivant dans une relation d'engagement. Celle-ci dépend de l'environnement financier, en particulier du comportement des banques et des actionnaires (prêts, avances), ainsi que des caractéristiques propres à l'entreprise.

Ces caractéristiques ne se limitent pas aux garanties ou signaux adressés au(x) prêteur(s), elles incluent l'intérêt pour la firme de nouer une relation d'engagement, en raison de ses spécificités réelles, parmi lesquelles figure l'importance du besoin de financement du cycle d'exploitation.

Si l'on admet que les problématiques de Myers et de Hicks ont, toutes deux, un pouvoir explicatif, on peut en déduire l'existence de trois régimes de financement pertinents⁴⁹:

- **l'autonomie** fondée sur la capitalisation des bénéfices, qui assure une forte dotation en fonds propres et permet aux entreprises de limiter strictement le recours aux capitaux externes pour financer leurs actifs fixes et circulants ;
- **l'endettement** constitue le régime symétrique au précédent ; les entreprises recourent massivement aux capitaux externes, bancaires en particulier, pour financer l'ensemble de leurs actifs ; dans le cas où l'appartenance à un tel régime aurait pour origine l'insuffisance des bénéfices mis en réserve, il ne peut qu'être subi ;
- **le découvert** se distingue des deux premiers ; les entreprises financent les actifs immobilisés sur fonds propres, comme dans le premier régime, mais recourent au crédit bancaire de court terme pour couvrir leurs besoins de financement courant ; suivant Hicks, leur flexibilité est externe.

⁴⁹ PARNAQUE B., D. RIVAUD DANSET, *Structure financière des entreprises industrielles françaises : une approche en termes de convention de financement*, Bulletin de la Banque de France n°57, 1998.

2.1.2 Le financement des exportations :

Les exportateurs ont besoin de capitaux pour maintenir leurs ventes à l'étranger. En outre, il faut aussi qu'ils se prémunissent contre le risque de non-paiement de ces ventes. Dans la plupart des pays, la filière normale du financement des exportations est le système bancaire. Tous les grands pays exportateurs ont mis au point des mécanismes pour protéger les exportateurs et les banques qui les financent des risques inhérents au commerce d'exportation. Le dispositif de financement est donc un mélange de mécanismes faisant intervenir l'assurance et la banque. Les concours qu'un exportateur attend du système peuvent se classer sous trois grandes rubriques : assurance, garantie et financement.

2.1.2.1 Assurance :

Le risque fondamental de l'exportation est le défaut de paiement. L'évènement qui a causé la perte peut être de nature commerciale ou politique. Dans le premier cas, il est imputable à l'acheteur qui ne peut pas exécuter ses obligations à l'égard de l'exportateur parce qu'il est insolvable ou que sa situation financière s'est gravement détériorée.

Dans le second cas, il est imputable à un événement survenu dans le pays de l'acheteur qui l'empêche d'exécuter ses obligations vis-à-vis du fournisseur. Les aléas politiques sont d'une infinie diversité, depuis la guerre ou les troubles civils jusqu'à l'incapacité de payer faute de devises.

« La police d'assurance est généralement globale ou spécifique, mais elle peut parfois combiner les deux formules. Avec une police globale, l'exportateur fait couvrir la totalité de ses commandes étrangères (dans les limites des paramètres fixés dans la police), et verse une prime calculée d'après l'encours du crédit pour la période de temps considérée. Quant à la police spécifique, elle couvre un marché passé par l'exportateur. C'est la formule qui conviendra si l'opération est de grande ampleur, la commande isolée ou la durée du crédit assez longue »⁵⁰.

⁵⁰ SIMON Y., S.MANNAI, *Techniques financières internationales*, Economica, Paris, 1998, p. 519.

2.1.2.2 Garantie :

Le fait que des organismes se chargent de donner aux banques des garanties financières sans réserve pour qu'elles puissent fournir des crédits à l'exportation est jugé très important⁵¹. Il est d'autant plus que dans le cas des exportations des PME les banques sont toujours réticentes. Les systèmes ont évolué de telle manière qu'il a fallu réduire le plus possible le risque des banques pour faciliter l'octroi du crédit, et la première conséquence a été que les banques se sont attribuées le bénéfice de l'indemnité prévue par les polices d'assurance détenues par les exportateurs. Avec cette formule, les banques devaient encore s'assurer de la réputation de solvabilité du fournisseur.

De là vient que dans la plupart des pays l'évaluation du risque, à la fois sur l'acheteur et le fournisseur, est effectuée par l'organisme avaliseur. La plupart des systèmes prévoient qu'une garantie sera fournie à la banque jusqu'à concurrence d'un pourcentage spécifié du risque, ce qui la laisse avec un risque minime sur l'acheteur ou un recours contre le fournisseur.

2.1.2.3 Financement :

Le commerce d'exportation ne peut pas vivre sans financement, comme toutes les autres opérations économiques. La plupart des pays en développement exportent des produits primaires et des articles manufacturés simples, qui ne nécessitent pas un engagement de capitaux sur de longues périodes. D'autres pays exportent des machines et du matériel, opération qui entraîne l'octroi de crédits à moyen et à long terme.

Le crédit à l'exportation est utilisé en principe pour des marchés de toutes sortes. Les grandes catégories les plus répandues sont les marchés de fourniture de matériel, de fourniture de services et d'exécution de travaux publics dans le pays de l'acheteur. Les deux formes sont le **crédit fournisseur** ou le **crédit acheteur**. Ils peuvent être à court terme (deux ans au maximum) ou à moyen terme (plus de deux ans). Ils peuvent être accordés par des banques commerciales, par une banque spécialisée ou par les deux simultanément.

⁵¹ LEGRAND G., H.MARTINI, *Management des opérations de commerce international*, Dunod, Paris, 2005, P. 138.

Le **crédit fournisseur**⁵² consiste à consentir au client un délai pour le règlement du montant faisant l'objet du financement. Les fournisseurs préfèrent évidemment être payés dès qu'ils expédient les marchandises ou dès qu'ils ont exécuté le marché, et le mécanisme du crédit fournisseur leur donne cette possibilité. Le support matériel de l'obligation de paiement à échéances différées de l'acheteur envers le fournisseur est l'émission d'une série de billets à ordre ou de lettres de change.

Au titre de cet arrangement entre le fournisseur et sa banque, cette dernière achète ou escompte le papier en question et crédite du produit le compte du fournisseur. La banque se fait ensuite payer par l'acheteur ou par son banquier aux dates d'échéance de ces effets.

Avec le **crédit acheteur**, c'est un prêt spécifique qui est directement organisé entre une banque ou un organisme spécialisé et l'acheteur. Leurs obligations respectives peuvent être indépendantes des obligations des parties au contrat commercial. Le montant est généralement tiré et versé directement au fournisseur lorsqu'il remet au prêteur les documents spécifiés dans l'accord de prêt.

Le mécanisme du crédit acheteur est assimilable à celui des **lignes de crédit**. La ligne de crédit est un contrat de prêt unique qui est mis en place pour financer un certain nombre de marchés distincts. L'emprunteur est habituellement une banque ou un organisme public d'un pays étranger, qui porte à la connaissance de ses clients locaux l'existence de la ligne de crédit.

Lorsqu'un marché conforme aux critères établis est présenté à l'emprunteur et que celui-ci le présente à son tour au prêteur et à son agent, et sous réserve qu'il soit reconnu éligible au financement par prélèvement sur ladite ligne de crédit, un mécanisme analogue au crédit acheteur se trouve ainsi créé pour ce marché. Le fournisseur sera payé à l'échéance, ce qui fera naître une créance entre la banque emprunteuse et le prêteur, qui est garantie par l'agent de celui-ci au titre de la prime versée par le fournisseur. Ainsi naît simultanément une créance entre l'acheteur et l'emprunteur, et puisque la banque emprunteuse accepte le risque d'insolvabilité de l'acheteur, il est d'usage qu'elle procède à un roulement sur les fonds.

⁵² SIGONNEY A., *La PME et son financement*, Les éditions d'organisation, Paris, 1994, p. 93.

2.1.3 Le rôle de l'État :

L'État en particulier dans les pays en développement intervient à plusieurs titres dans le soutien du financement et de l'assurance des exportations. Il peut se faire assureur des risques du commerce d'exportation, pourvoyeur de fonds pour les exportateurs et fournisseur de subventions qui soulageront les charges du financement. En théorie, toutes ces opérations, hormis les subventions, peuvent être effectuées par des organismes qui n'ont aucun rapport avec l'État. En pratique, dans la quasi-totalité des pays en développement qui, aujourd'hui ont un système de crédit à l'exportation, l'État joue un rôle dans son fonctionnement.

2.1.3.1 L'État assureur :

Le principe de l'appui de l'État pour l'assurance des exportations est quasi universel. Cet appui est fourni par l'organisme de crédit à l'exportation qui généralement est une société d'État ou un service de l'administration centrale. En contrepartie des primes qui lui sont versées, cet organisme assure le bénéficiaire de ses polices contre les pertes qu'il risque de subir à l'exportation.

Tous ces organismes sont certes tenus de fonctionner de manière autonome, autrement dit sans faire appel aux deniers publics, mais ils ont tous du, ces dernières années, régler des sinistres importants dont le montant, dans certains cas, avoisinait ou dépassait le revenu des prime.

Etant donné qu'ils sont tous considérés par les bénéficiaires de leurs polices comme ayant effectivement la même réputation de solvabilité que l'État, et que la faillite de l'organisme n'est pas une option envisageable pour aucune des deux parties, c'est l'État qui prend effectivement à sa charge les risques de l'exportation.

2.1.3.2 L'État pourvoyeur de fonds

En plus du soutien indirect qu'il apporte au financement en prenant à sa charge la couverture du risque d'insolvabilité, l'État, dans de nombreux pays, a mis en place, à l'intention des prêteurs, des facilités de refinancement qui sont gérées par la banque centrale ou par une banque spécialisée dans le commerce d'exportation. Il ne se contente donc pas seulement de soutenir les opérations de financement, mais en fait il intervient aussi dans le financement proprement dit en fournissant lui-même des fonds.

2.1.3.3 L'Etat fournisseur de subventions :

Enfin, l'Etat intervient parfois dans l'apport du financement par l'action qu'il exerce sur le coût de celui-ci. Il s'agit en l'occurrence des crédits à l'exportation qu'il accorde à des taux d'intérêt bonifiés. Pressés par une concurrence de plus en plus vive, les exportateurs sont contraints d'offrir des conditions de crédit prévoyant des intérêts si bas que le système bancaire ne peut normalement pas les supporter sans la bonification de l'Etat. Le montant des bonifications octroyées par les pays ayant augmenté considérablement au cours des années, les pouvoirs publics ont souvent été obligés de restreindre l'octroi de cette forme de subvention.

2.2 Le risque de change :

Le taux de change est le prix d'une devise en termes de monnaie nationale. Il résulte de la confrontation d'une offre et d'une demande.

Les entreprises sont confrontées au risque de change car elles effectuent des opérations d'exportation et d'importation facturées dans une devise différente de celle utilisée pour l'établissement de leurs bilans et leurs comptes de résultat. Dans la mesure où les taux de change varient, ces fluctuations peuvent être à l'origine de gains ou de perte très importants.

Pour un exportateur, il existe un risque de change lorsque le cours de la devise dans laquelle est libellée la créance baisse entre la date de signature du contrat commercial et la date de paiement. Tandis que pour l'importateur, il existe un risque de change lorsque le cours de la devise dans laquelle est libellée sa dette s'accroît entre la date de signature du contrat commercial et la date du paiement.

Dans les deux hypothèses qui viennent d'être évoquées, la variation du taux de change est défavorable à l'exportateur et à l'importateur. L'évolution inverse se rencontre : le cours de la devise dans laquelle est libellée la créance peut s'accroître et le cours de la devise dans laquelle est libellée la dette peut baisser. Dans ces conditions, la variation du taux de change entraîne un profit.

2.2.1 Les techniques de couverture contre le risque de change :

Le choix de la monnaie de facturation, le recours aux clauses monétaires, le termaillage et le netting sont des procédures utilisées par les entreprises pour réduire leur exposition au risque de change.

Pour éviter de subir le risque de change, la solution la plus simple est de procéder à une facturation en monnaie nationale. La facturation des exportations en monnaie nationale a pour conséquence de transférer le risque de change sur l'acheteur étranger. Ceci dit le choix de la monnaie de facturation est lié à de nombreux paramètres propres à chacun des contractants et du rapport de force entre eux.

Les clauses monétaires permettent d'adapter le prix d'achat ou le prix de vente à l'évolution du cours des devises, ce qui permet à l'importateur et à l'exportateur de couvrir au moins partiellement, le risque de change auquel ils sont exposés. On peut citer les clauses les plus utilisées⁵³ :

- La clause d'adaptation des prix proportionnelle aux fluctuations de change.
- La clause d'adaptation des prix proportionnelle aux fluctuations de change avec franchise.
- La clause de risque partagé.
- La clause d'option.

Le termaillage est une procédure qui vise à faire varier les termes des paiements afin de profiter de l'évolution favorable des cours. Ainsi si l'exportateur anticipe une appréciation de la devise de facturation, il tentera de retarder l'encaissement de sa créance pour bénéficier d'un cours plus avantageux.

La compensation multilatérale des paiements « netting » : le principe du *netting* est de procéder à une compensation multilatérale des positions débitrices ou créditrices réciproques des différentes filiales d'un groupe multinational au moyen d'un centre de compensation localisé dans un pays acceptant ce type de procédure.

2.3 Les contraintes d'ordre législatif, administratif et judiciaire :

Les obstacles, pour l'entrepreneur ou la PME elle-même, liés aux lois sont de deux types : d'une part un *manque d'harmonisation des législations* en matière de commerce international entre les pays et d'autre part une **connaissance insuffisante** des PME en matière juridique. Ainsi, une multitude de lois et leurs méconnaissances des PME constituent des barrières importantes à l'internationalisation.

⁵³ ISAIA J.P., C.LARGUIER, *Gestion de la PME*, Éditions Francis LEFEBVRE, France, 2002, p. 435.

Les réglementations fiscales et commerciales représentent toujours des obstacles significatifs importants au développement des entreprises. Les PME ont toujours plus de difficultés à surmonter les coûts supplémentaires que les grandes entreprises. En effet, les coûts liés à la législation sont toujours proportionnellement supérieurs pour les PME.

Elles souffrent donc plus de ces obstacles engendrés par la législation. Mais les entreprises ne sont pas toutes égales face aux réglementations. Tous les secteurs ne subissent pas la même pression réglementaire.

2.3.1 Le droit des sociétés :

Les normes législatives qui régissent le droit des sociétés et les règles qui organisent les rapports de travail au sein de l'entreprise ne reconnaissent aucune particularité à la PME.

Le **droit des sociétés** peut être considéré comme l'ensemble des *règles juridiques* qui régissent la vie des sociétés : création des sociétés, leur organisation et leur fonctionnement. Les restructurations dont elles peuvent être l'objet et les regroupements pouvant intervenir entre elles (par voie d'acquisition, fusion, scission, etc.), enfin leur dissolution et leur liquidation.

« Les dispositions du droit fiscal jouent un rôle déterminant en pratique pour le spécialiste du droit des sociétés, qui doit également tenir compte de nombreuses règles de droit comptable, de droit pénal, de droit du travail, de droit financier »⁵⁴.

Plus généralement, le droit des sociétés s'intègre dans un ensemble pluridisciplinaire que l'on appelle « le droit de l'entreprise », certains auteurs préféreraient parler de « droit des affaires », ou encore de « droit économique »

La notion de société est économiquement hétérogène, mais également sur le plan juridique. En effet, il existe de nombreuses catégories juridiques de sociétés⁵⁵.

2.3.2 La politique fiscale :

Les obligations en terme de production d'informations financières sont globalement lourdes pour les PME, le processus complexe des déclarations fiscales impose aux entrepreneurs de recourir aux services des fiduciaires et de cabinets de conseils.

⁵⁴ Ouvrage collectif, *Droit de l'entreprise*, édition Lamy SA, Paris, 2000, p. 151.

⁵⁵ Cette classification est bien développée dans le chapitre 1.

Pour les PME, le coût de ces conseillers est très élevé et affecte considérablement leurs capacités financières. Ceci incite bon nombre d'entre elles à l'évasion fiscale, engendrant d'importantes pertes dans les recettes publiques.

Nous allons essayer de passer en revue quelques généralités sur la politique fiscale afin de mieux saisir les contraintes d'ordre fiscale.

La politique fiscale est « l'ensemble des décisions prises pour instituer, organiser et appliquer les prélèvements fiscaux conformément aux objectifs des pouvoirs publics »⁵⁶. Elle participe à la politique économique de chaque pays, en contribuant au financement des dépenses publiques et à la redistribution des revenus.⁵⁷

- *Fondements économiques* : le fait fiscal, qui se analyse en un transfert de richesse, est avant tout un fait économique : le niveau de développement économique d'un pays conditionne à la fois le rendement et la structure de son système fiscal.
- *Fondements sociologiques* : en tant qu'acte de puissance publique, l'impôt constitue aussi un élément essentiel du pouvoir politique. Ainsi, il doit faire l'objet d'un consentement politique et idéologique.

La politique fiscale doit d'abord viser à assurer un maximum d'*efficacité au système économique* afin de ne pas compromettre le rendement fiscal (il existe des rapports entre l'impôt et les éléments-clés de la croissance, que sont l'emploi, l'investissement, et l'épargne). Mais elle doit aussi veiller à ne pas remettre en cause le consensus fiscal en sauvegardant une certaine *justice fiscale* (idéal qui se manifeste dans la réalité par le souci d'une équitable répartition de l'impôt entre les citoyens).

Les différentes catégories de prélèvements obligatoires :

Les prélèvements obligatoires prennent des formes variées selon les administrations qui les perçoivent (administrations centrales, locales ou de sécurité sociale), selon l'assiette fiscale.⁵⁸

⁵⁶ SALANIE B., *Théorie économique de la fiscalité*, Economica, Paris, 2002, p 275.

⁵⁷ MATHIEU J.L., *La politique fiscale*, Economica, Paris, 1999, p 74.

⁵⁸ L'assiette fiscale est le montant, généralement monétaire, sur lequel est calculé le prélèvement, certaines assiettes sont définies en volume et non en valeur.

La politique fiscale consiste à fixer chaque année, dans le cadre du vote du budget, le taux et l'assiette des différents impôts. Leur produit n'est le plus souvent connu qu'a posteriori, en fonction de l'activité économique qui détermine l'évolution des différentes assiettes. On peut citer les catégories d'impôts suivantes :

- Les impôts directs : ils sont supportés en principe par le contribuable qui les paie. A titre d'exemple, on peut citer : l'impôt sur le revenu, l'impôt sur les sociétés, l'impôt sur la fortune, la plupart des taxes locales.
- Les impôts indirects : applicables aux opérations de production et de consommation, ils ne restent pas à la charge des sujets qui s'en acquittent (commerçants, industriels). Ceux-ci agissent pour le compte de l'état en tant que collecteurs de l'impôt, qu'ils répercutent dans le prix au consommateur final, lequel en supporte la charge (exemples d'impôts indirects : la TVA et les droits d'accises).
- Les cotisations sociales : prélèvements obligatoires perçus par les organismes d'assurance sociale pour garantir aux assurés un revenu de remplacement en cas d'apparition de certains risques (maladie, accident du travail, invalidité, vieillesse, chômage, etc.).

Les cotisations sociales sont payées par les salariés et par les employeurs.

2.3.3 La politique douanière :

La douane joue un rôle essentiel dans les opérations de commerce international. En effet, elle a pour but de contrôler la régularité des échanges extérieurs. Au moment d'opter pour l'exportation de marchandises, il est primordial de se renseigner sur les conditions de douane qui y sont associées⁵⁹. A l'heure actuelle, la douane connaît une évolution considérable compte tenu de la libéralisation des échanges et de l'internationalisation croissante de l'activité économique.

La *politique douanière* mise en place par les nations peut poursuivre différents objectifs. Via leurs taxations douanières, les nations cherchent notamment à équilibrer leurs échanges et à obtenir une balance commerciale positive⁶⁰. Les pays essaient de promouvoir leurs exportations et de freiner plus ou moins fortement leurs importations selon leur degré d'ouverture et leur richesse nationale.

⁵⁹ GREUSILLET S., *Réglementation douanière mondiale : les nouveautés pour 2007*, Le MOCI N°1785, 11/01/2007, p. 31-32.

⁶⁰ LEGRAND G., *ibid.*, p. 69.

Les importations seront par exemple freinées dans les secteurs sensibles au niveau de l'emploi. La politique douanière de l'Union Européenne, à ce titre, vise à promouvoir les exportations de certaines catégories de produits, ou les échanges avec certaines régions du monde au travers des Accords de Libre Echange.

Les droits de douane et taxes d'importation appliqués dans un marché étranger ont une influence directe sur le prix de vente final du produit car ils viennent s'ajouter au coût du produit exporté au point d'entrée sur ce marché. C'est ce que l'on appelle le **prix rendu dédouané**⁶¹.

A ce prix doivent encore s'ajouter les taxes locales à la consommation ainsi que les marges des distributeurs locaux. En fonction du niveau du "prix rendu dédouané", l'exportateur peut apprécier s'il dispose d'une marge de manœuvre suffisante par rapport au prix de vente moyen du produit sur le marché pour dégager une marge commerciale.

Par ailleurs, les Etats peuvent également utiliser leur politique douanière afin d'exercer un contrôle direct des prix des produits importés. S'ils considèrent que les prix sont trop hauts ou trop bas, ils peuvent, par exemple, refuser à l'importateur la **licence d'importation**.

En effet, l'Etat a un rôle fondamental à jouer. A travers ses départements ministériels, notamment en matière d'amélioration de l'environnement de l'entreprise par la prise de mesures incitatives de facilitations et de simplifications des procédures administratives conjuguées avec un contrôle efficace, garantissant ainsi la réalisation des opérations de dédouanement dans des conditions favorables optimales.

Ainsi, l'Administration n'a pas pour seul objectif de faciliter les échanges au profit des opérateurs économiques et d'aider les entreprises nationales à accroître leur compétitivité mais de veiller, en exerçant ses prérogatives de contrôle à assurer l'équité fiscale en mettant le marché à l'abri de la concurrence déloyale.

⁶¹ BERR C., H.TREMEAU, *Introduction au droit douanier*, Editions Dalloz, Paris, 1997, p. 126.

Conclusion :

Les différents aspects théoriques abordés nous ont permis de prendre connaissance de la complexité du processus d'internationalisation des PME. Ce dernier se traduit, entre autres, par la diversité des approches décrivant ce processus, trois principalement : l'approche par étapes, par les réseaux et par l'économie. Chacune apporte un éclairage original mais partiel sur ce processus. La revue de littérature nous démontre la difficulté de trouver un modèle qui soit universellement applicable quel que soit l'ancrage culturel des entreprises. En ce qui concerne l'étude que nous nous proposons d'effectuer, il nous semble que d'autres facteurs, principalement ceux qui sont spécifiques au pays analysé, seront de meilleurs indicateurs déterminants du comportement à l'international des PME exportatrices.

Les difficultés d'internationalisation des PME sont multiples et elles peuvent parfois avoir des conséquences difficiles à gérer dans le quotidien de la PME. Ces obstacles sont également un frein au développement des grandes entreprises. Cependant celles-ci ont une capacité plus importante à développer des outils permettant de les dépasser. Les PME disposent, elles aussi, d'atouts clés pour la pérennisation de ses activités et la réussite de son internationalisation ; sa flexibilité, la mobilisation de son personnel et ses réseaux efficaces sont autant de forces qui lui confèrent des perspectives, non négligeables, au sein des marchés mondiaux.

Cependant, les sources de difficultés d'internationalisation des PME sont multiples. C'est en faisant face à des obstacles d'ordre culturel, informationnel, administratif, législatif, judiciaire ou encore concernant le financement qui est le plus sérieux, que l'entreprise gagnera sa place à l'international.

Dans le chapitre suivant, nous essaierons d'étudier et d'analyser les différentes sources de données susceptibles de fournir des informations sur l'évolution du secteur de la PME en Algérie, et de présenter ses caractéristiques. Pour ensuite, analyser le développement des exportations hors hydrocarbures au sein des Petites et Moyennes Entreprises, et le rôle des organismes nationaux dans cette optique.

Introduction

Les PME représentent une importance considérable dans le développement économique et ce par les multiples avantages qu'elles offrent. Pour que les PME puissent accomplir parfaitement leurs fonctions dans l'économie d'un état, il est nécessaire que l'atmosphère de leurs actions économiques soit appropriée.

A l'instar de divers pays, les PME sont devenues l'un des secteurs focaux de l'économie algérienne, ce qui exige le maintien de sa croissance et sa mise à niveau afin qu'elles répondent aux exigences de la concurrence internationale (accord d'association avec L'Union Européenne, l'adhésion à L'OMC). Ces accords entraînent la libéralisation des échanges internationaux qui mettent les PME devant un incertain avec les sociétés étrangères.

Afin de faire face aux exigences de ce nouveau contexte, les pouvoirs publics ont lancé différents programmes d'appui aux PME pour l'amélioration de leur compétitivité et leur intégration dans une économie ouverte et concurrentielle.

Vu l'importance de ce type d'entreprise dans la création de nouveau emploi, et sa participation positive dans le Produit Intérieur Brut, nous aborderons dans un premier temps la définition, la présentation et l'évolution du cadre institutionnel de la petite et moyenne entreprise et sa position dans le développement économique à travers des statistiques et des indicateurs économiques. Dans un second temps, nous passerons en revue les différents programmes d'aide aux PME et les organismes chargés de la promotion des PME.

Section 1: Eléments de définition de la PME en Algérie

La PME constitue un élément indispensable à l'intégration et à la diversification économique. Tout comme elle peut constituer la principale source de richesse et d'emplois.

L'Algérie a connu une mutation économique très importante en raison du passage de l'économie administrée à l'économie de marché à partir de la fin des années 80. C'est dans ce contexte que l'Algérie s'est tournée vers la nouvelle forme de développement qui est la création de PME qui sont considérées comme un vecteur de croissance, un générateur d'emplois, et un moteur de progrès socio-économique.

1.1 Définition de la PME :

L'Algérie a adopté la Charte de Bologne sur les Petite et Moyenne Entreprise en Juin 2000, charte qui consacre, la définition européenne des PME. Cette définition se base sur trois critères : les effectifs, le chiffre d'affaire et le bilan annuel et l'indépendance de l'entreprise.

Selon la loi n°01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la PME ; Est définie comme étant PME toute entreprise de production de biens ou/et services qui se caractérise par⁶² :

- Un nombre d'employés qui varie entre 1 et 250 personnes ;
- Un chiffre d'affaires annuel égal ou inférieur à 2 milliards de Dinars ou un total du bilan annuel inférieur ou égale à 500 millions de Dinars ;
- Et qui respecte les critères d'indépendance.

A côté de cette définition générale, les articles 5, 6 et 7 du chapitre II du journal Officiel a introduit des éléments de précision d'ordre pratique en la subdivisant en trois catégories, à savoir :

- La moyenne entreprise qui se distingue par un nombre d'employés allant de 50 à 250 personnes , soit un chiffre d'affaires qui se situe entre 200 millions et 2 milliards de dinars, soit un total du bilan annuel qui se situe entre 100 et 500 millions de dinars;

⁶² Le Journal Officiel de la République Algérienne N° 77 du 15 décembre 2001, Chapitre II, Article 4.

- La petite entreprise qui est caractérisée par un nombre d'employés allant de 10 à 49 personnes, soit un chiffre d'affaires qui ne dépasse pas 200 millions de dinars, ou un total du bilan annuel qui ne dépasse pas 100 millions de dinars ;
- La très petite entreprise qui est distinguée par un nombre d'employés qui va de 1 à 9 personnes et, soit un chiffre d'affaire inférieur à 20 millions de Dinars, soit un total du bilan annuel qui n'excède pas 10 millions de dinars.

1.2 Aperçu historique sur les PME :

« Pendant longtemps, l'économie et la société algérienne ont vécu dans le mythe de la grande organisation perçue comme seule porteuse de développement. Ainsi, il a été longtemps question de la plus grande usine, de la plus grande entreprise, de la plus grande université, etc. cet aspect faisait partie de la culture produite par le modèle de développement de l'époque de l'économie administrée »⁶³.

Depuis la fin des années 80, l'économie nationale connaît de profonds bouleversements avec l'avènement de l'économie de marché et les changements intervenus au niveau des dispositifs institutionnels d'accompagnement. C'est grâce au PME que l'Algérie essaye à son tour d'amorcer le développement, et la création de sa propre part du marché.

Les Petites et Moyennes Entreprises étaient ignorées et marginalisées dans les années 1970, tolérées dans les années 1980. C'était une période marquée par le processus de restructuration industrielle. Enfin elles seront recherchées et encouragées dans les années 1990.

L'évolution du secteur de la Petite et Moyenne Entreprise est marquée par trois périodes importantes : (1962- 1982), (1982- 1988), (1990 à nos jours).

1.2.1 La période (1962-1982) :

Longtemps frappé d'**ostracisme**, à l'instar de toutes les initiatives économiques privées, la Petite et Moyenne Entreprise n'a pas connu un développement notable au cours de cette période. Cantonnées dans un espace de marginalité économique, les entreprises privées évoluaient à la lisière des politiques de développement centrées sur les entreprises à capitaux publics.

⁶³ BOUYACOUB A., *Les Petites et Moyennes Entreprises en Algérie : quelles réalités ?*, dans ABEDOU A. et al, *Entrepreneurs et PME Approches algéro-françaises*, Editions L'Harmattan, France, 2004, p. 75-94.

Le modèle de développement algérien écartait effectivement l'insertion de l'entreprise privée (toutes tailles confondues) dans les différents secteurs de l'économie nationale. Le rôle qui a été attribué à ces entreprises dans le processus d'industrialisation se distinguait par deux traits⁶⁴ :

- Le 1^{er} rôle est d'ordre technique : il concerne la domination des pôles industriels mis en place à travers le territoire national. De ce fait, la place réservée à la PME reste insignifiante.
- Le 2^{ème} est d'ordre politique, il vient dans la continuation du 1^{er} trait : l'entreprise publique se voit privilégiée dans le processus d'industrialisation, étant donné qu'elle occupe la place la plus influente.

De ce fait, l'entreprise privée se trouvait en aval de l'entreprise publique, dépendante d'elle à cause du rôle que jouait le monopole d'État sur le commerce extérieur (loi 78 -02 du 11 février 1978). D'ailleurs, cette position ne permettait à l'entreprise privée d'accéder au marché mondial que par l'intermédiaire du secteur public.

De plus, les textes législatifs relatifs au secteur privé, limitaient l'épanouissement de l'entreprise privé. Le premier code des investissements a été promulgué le 26 juillet 1963⁶⁵. son objectif principal était de rassurer les investisseurs privés étranger et de freiner les capitaux fuyant du pays. Toute fois, aucun avantage n'est coordonné à l'investissement privé national.

Un nouveau code des investissements fut promulgué par l'ordonnance du 15/09/1966⁶⁶ et visait à définir un statut à l'investissement privé national dans le cadre du développement économique.

⁶⁴ DAOUD S., *Environnement institutionnel et politique de promotion de la PME le cas de l'Algérie*, dans GUERAOUI D., X. RICHEL., *Economie émergente politique de promotion de la PME*, L'harmattan, Paris, 2001, p 118.

⁶⁵ Loi n°63-277 du 26 juillet 1963 portant code des investissements, J.O.R.A N°53, du 2 août 1963.

⁶⁶ Ordonnance n°66-284 du 15 septembre 1966 portant code des investissements, J.O.R.A. N°80, du 17 septembre 1966.

1.2.2 La période (1982-1988) :

Cette période intègre le contre choc pétrolier (1986). Elle est caractérisée par la restructuration du système productif. Cette situation s'expliquait par la promulgation d'un nouveau cadre législatif et réglementaire relatif à l'investissement économique privé national (loi du 12 août 1982)⁶⁷.

Cette loi a fait bénéficier les PME de l'accès aux autorisations globales d'importations (AGI) et au système des importations sans paiement.

Toutefois, ce dispositif continu de présenter certaines entraves au développement du secteur de la PME privé. En mettant en place quatre types d'instruments de contrôle dans le but de limiter les capacités des entreprises privées pour lesquelles restent subordonnées au secteur public et afin de préserver le projet social maintenu.

- **Le contrôle à l'entrée** : c'est un contrôle précédant la création de l'entreprise. Il est déterminé par la limitation du champ d'activité et par la procédure d'agrément.
- **Le monopole d'Etat sur le commerce extérieur** : ce type de contrôle s'explique d'une part, par l'appréhension de voir le secteur privé s'allier au capital international, d'où peut surgir un risque pour les choix essentiels du pays. D'autre part, ce monopole devrait permettre d'assurer la protection du marché national et contrôler l'évolution du capital privé.
- **La fiscalité** : les avantages fiscaux sont accordés par la loi de 1982 : selon la nature du projet d'investissement, son mode de financement, la destination de sa production et sa localisation.
- **La législation du travail** : elle s'articulait autour de trois axes (les relations de travail, les recrutements, le syndicalisme)

En 1983, un Office pour l'Orientation, le Suivi et la Coordination de l'Investissement Privé (OSCIP) est créé par le décret exécutif n°83-98 du 29/01/1983. Il a été chargé de délivrer les agréments nécessaires aux investissements privés tels que stipulés par le nouveau code des investissements. Il est placé sous la tutelle du Ministère de la Planification et de l'Aménagement du Territoire et a pour principales missions :

⁶⁷ Loi n°82-11 du 21 août 1982 portant l'investissement privé national, J.O.R.A. N°34, du 24 août 1982.

- D'orienter l'investissement privé national vers des activités et régions susceptibles de répondre aux besoins du développement et d'assurer sa complémentarité avec le secteur public ;
- D'assurer une meilleure intégration de l'investissement privé dans le processus de planification.

Cependant, durant toute la période de 1962 à 1988 tous les codes d'investissements avaient, en quelque sorte, pour dénominateur commun la limitation de l'investissement privé. Il a fallu attendre que la crise de 1986, consécutive à la chute du prix du pétrole et du cours du dollar, rejaillisse sur l'économie et la situation sociale algérienne pour que des réformes soient envisagées à partir de 1988.⁶⁸

Avec la loi 88-25 du 12 juillet 1988⁶⁹ relative à l'orientation des investissements privés nationaux, l'investissement privé se définissait dans le cadre des plans en prenant en considération les priorités sectorielles et les objectifs sociaux. Cette loi n'a pas apporté un grand changement par rapport à la loi 82-12 du 21 août 1982. Ses directives ne répondaient pas à l'attente de l'investisseur privé national.

Tout au long de cette période (1982-1988), on distingue plusieurs points :

- La promulgation d'un code d'investissement « loi du 21/08/1982 », la création de l'OSCIP en 1983 et l'ouverture de la chambre nationale de commerce aux entrepreneurs privés en 1987 ; la promulgation de la loi 88-25 du 12 juillet 1988 ;
- La restructuration des entreprises publiques et l'émergence du nouveau secteur des PME ;
- La décentralisation du pouvoir économique par l'élargissement des attributions des collectivités locales ;
- La sous-traitance a connu un faible développement bien qu'elle soit reconnue comme un domaine d'activité privilégié de la PME.

⁶⁸ HAMDAOUI T., *Accord d'association Euro méditerranéen : quel impact sur la PME/PMI*, revue économie et management, Université de Tlemcen, N°4, mars 2005, p. 263-277.

⁶⁹ Loi n°88-25 du 12 juillet 1988 relative à l'orientation des investissements privés nationaux, J.O.R.A. N°28, du 13 juillet 1988.

1.2.3 La période (1990 à nos jours) :

Cette période est caractérisée par des réformes macroéconomiques, d'ajustement structurel et de vaste programme de privatisation. Elle se distingue aussi par les bouleversements de l'économie mondiale, la mondialisation des affaires et l'adhésion aux principes de l'économie de marché, qui sont à l'origine du repositionnement du cadre juridique et administratif des entreprises dont les principaux objectifs sont :

- La substitution d'une économie de marché à une économie planifiée.
- La libéralisation des prix du commerce extérieur et des changes.
- La recherche d'une grande autonomie des entreprises publiques devant être régies par des règles de commercialité.
- L'autonomie des banques commerciales et la Banque d'Algérie.

Un mouvement important de création PME/PMI a été enclenché à partir de 1990⁷⁰, avec la loi sur La Monnaie et le Crédit⁷¹ qui consacre le principe de l'investissement étranger. Cette loi ouvre déjà la voie à toute forme de partenariat y compris en la forme d'investissement direct. Cette loi prévoit, en outre, la liberté d'établissement des banques étrangères en Algérie ouvrant ainsi, la voie au partenariat financier.

Ce mouvement a été amplifié avec l'adoption d'un nouveau code des investissements⁷² régi par décret législatif du 05/11/1993.

Ce nouveau cadre législatif visait à rendre l'investissement libre dans toutes les branches de production de biens et services ; l'égalité devant la loi des promoteurs nationaux privés ou étrangers concernant les allègements fiscaux et douaniers ; la création d'une Agence de Promotion, de Soutien et de suivi des Investissements (APSI) afin d'assister les promoteurs dans l'accomplissement des formalités classiques par le biais d'un guichet unique.

⁷⁰ BOUYACOUB A., *les caractéristiques de la gestion des ressources humaines dans les Petite et Moyenne Entreprise en Algérie à l'heure de la transition vers l'économie de marché*, CREAD numéro supplément octobre 1997, p 71-80.

⁷¹ Loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit, J.O.R.A. N°16, du 18 avril 1990.

⁷² Décret législatif n°93-12 du 05 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement, J.O.R.A. N°64, du 10 octobre 1993.

Par ailleurs, les lourdeurs bureaucratiques et les problèmes de gestion du foncier industriel, ont rendu pratiquement inopérant le dispositif mis en place. Le constat de carence ainsi établi a débouché sur la révision du dispositif institutionnel qui s'est matérialisée à travers la promulgation, en 2001, de deux textes législatifs fondamentaux :

L'ordonnance n°01-03 du 20/08/2001 relative au développement de l'investissement⁷³ et la loi N°01-18 du 12/12/2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la PME⁷⁴. Cette ordonnance fixe comme objectif l'amélioration de l'environnement administratif et juridique et prévoit notamment :

- La création du Conseil National de l'investissement (CNI), placé sous l'autorité du chef du gouvernement, chargé de proposer la stratégie et les priorités pour le développement de l'investissement.
- La création d'une Agence Nationale du Développement de l'Investissement (ANDI) qui se substitue en droits et obligations à l'APSI, sous forme d'un guichet unique.
- La suppression de la distinction entre investissements publics et investissements privés.

Quant à la loi sur la promotion de la PME, elle comprend la politique d'aide de l'État aux Petite et Moyenne Entreprise ; fixe les mesures de facilitations administratives ; prévoit la création d'un fond de garantie des prêts accordés par les banques en faveur des PME (FGAR). Le développement de la sous-traitance, en tant qu'instrument d'extension du tissu des Petite et Moyenne Entreprise, a été également pris en charge par la présente loi.

Les PME et le PAS :

Au début de 1994, l'Algérie est confrontée à une situation économique critique. Notamment : la baisse du prix du pétrole, l'impossibilité de mobiliser des financements extérieurs pour ses importations, un niveau de service de la dette devenu insupportable, un taux de chômage très élevé, une baisse du PIB de 2.5 % en 1993, et la situation de la balance des paiements qui a pris un tour dramatique. Face à cette crise, les autorités ont sollicité l'assistance des institutions internationales de Bretton Woods et plus particulièrement du Fond Monétaire Internationale (FMI).

⁷³ L'ordonnance n°01-03 du 20 août 2001 relative au développement de l'investissement, J.O.R.A.N°47, du 22 août 2001.

⁷⁴ Loi n°01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la Petite et Moyenne Entreprise, J.O.R.A. N°77 du 15 décembre 2001.

A cet égard, ils ont mis en œuvre depuis 1994 une politique de stabilisation macro économique dont l'objectif était de lutter contre le cercle vicieux inflation-récession en s'appuyant sur un programme d'ajustement structurel (PAS)⁷⁵ qui s'est achevé en Mars 1998. Ce programme est évoqué comme un élément de réponse transitoire à la crise internationale avec deux mesures clefs : la compression de la demande intérieure et le rétrécissement du rôle de l'État.

Les entreprises algériennes ont été au centre des réformes économiques et du programme d'ajustement structurel entamé de (1994 à 1998). Les objectifs qui justifient la distinction des PME comme secteur important et prioritaire parce qu'ils visent essentiellement la réalisation des considérations suivantes : la création d'emplois à moindre coût, le développement local, régional et national, la modernisation de l'économie.

Enfin, malgré la réalisation de certains objectifs du PAS sur le plan macro économique : réduction de l'inflation et du déficit budgétaire ; l'amélioration de la croissance. Ces politiques ont beaucoup plus aidé l'économie algérienne à se soumettre aux injonctions du marché international qu'aux politiques internes du pays⁷⁶.

Sur les cinq dernières années, le poids de la PME dans le tissu national a fortement augmenté ; la densité des entreprises a presque quadruplé pendant que le nombre de créations a plus que doublé, mais il n'en demeure pas moins que les chiffres restent à un niveau faible, malgré les efforts consentis par les pouvoirs publics.

1.3 Le cadre juridique des PME en Algérie :

1.3.1 Le cadre réglementaire général :

La réglementation économique a été profondément modifiée et libéralisée. L'économie fonctionne avec de nouveaux mécanismes de régulation qui prévalent dans les économies libérales. Dans ce cadre, la PME est considéré comme l'élément indéniable à l'intégration et à la diversification économique, comme elle peut constituer la principale source d'emploi.

⁷⁵ Pour plus amples d'informations voir : BOUYACCOUB A., *Entreprise publique, ajustement structurel et privatisation*, Les cahiers du Cread N°57, 3^{ème} trimestre 2001, p. 63-81.

⁷⁶ DAOUDS., *ibid.*, p 343.

Dés lors que la PME a été choisie comme option fondamentale de la relance économique, une loi d'orientation sur la promotion de la PME a été promulguée en décembre 2001, dont les principaux objectifs :

- Anticiper la croissance économique,
- Encourager l'émergence de nouvelles entreprises,
- Encourager la compétitivité des PME,
- Favoriser l'innovation,
- Soutenir les PME concernant leurs financements,
- Encourager l'exportation hors hydrocarbures.

La loi du 12 décembre 2001⁷⁷ est une loi d'orientation sur la promotion des PME dont les deux axes principaux reposent sur la définition de la PME et les mesures d'aides et de soutien à la promotion des PME.

1.3.2 Les mesures de soutiens prévues par la loi :

Cette nouvelle législation annonce l'ensemble des mesures aides, et soutiens à la promotion de la PME dont ceux liés à la création, à l'exploitation, et à l'innovation technologique ainsi qu'à un système d'information économique⁷⁸.

Ainsi, elle définit et fixe les mesures de facilitation par les démarches suivantes :

- Création d'un fond de Garantie à l'investissement,
- Création d'une Caisse de garantie des investissements des PME,
- Mise en place de pépinières d'entreprises et de centres de facilitation,
- Mise en place d'un système d'information économique et statistique,
- Programme national de mise à niveau.

⁷⁷ Loi n°01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la Petite et Moyenne Entreprise, J.O.R.A. N°77 du 15 décembre 2001

⁷⁸ MELBOUCI L., *Impact du nouvel environnement sur les PME/PMI algériennes*, Revue économie et management, Université de Tlemcen N°4, mars 2005, p. 79-95.

Dans le même cadre de la loi n°01-18 du 12/12/2001, conformément aux dispositions de l'article 25, Le Conseil National Consultatif pour la promotion de la PME ⁷⁹ est créé auprès du Ministère chargé de la Petite et Moyenne Entreprise (PME). Sa principale mission est : d'assurer le dialogue et la concertation d'une façon régulière et permanente entre les pouvoirs publics et les partenaires socio-économiques sur des questions d'intérêt national portant sur le développement économique et particulièrement sur la promotion des PME et de l'artisanat.

Par ailleurs, la loi prévoit aussi la création d'un conseil national chargé de la promotion de la sous-traitance. Suivant les dispositions de l'article 21, chargé de promouvoir les opérations de partenariat avec les grands donneurs d'ordre tant nationaux qu'étrangers.

Les pépinières d'entreprises et les centres de facilitations sont prévus par la loi pour mieux accompagner la création des PME.

Les pépinières d'entreprises : C'est un environnement d'accueil et d'accompagnement de créateurs d'entreprises devant fournir un appui à la formalisation de leurs projets et une aide au développement de leurs entreprises dans les premières années de leurs activités.

Cette aide se traduit généralement par des conseils dans les domaines juridiques, comptable commerciale et financier et de formation et un effort d'appui logistique dans le but d'améliorer significativement leurs chances de succès.

Le décret exécutif N°03-78 du 25 février 2003⁸⁰ fixe le statut type de ces pépinières d'entreprises, en application de l'article 12 de la loi N°01-18 du 12 décembre 2001. Selon l'article 2 du décret⁸⁰, elles peuvent se présenter sous 3 formes : **incubateur**, **Atelier relais** ou **hôtel d'entreprise**.

Les Centres de facilitation des entreprises : Se sont des établissements publics à caractère administratif, dotés de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Placés sous la tutelle du ministre chargé de la PME. Ils sont créés par le décret exécutif n° 03-79 du 25 Février 2003 ⁸⁰ fixant la nature juridique, les missions et l'organisation des centres de facilitation des Petites et Moyennes Entreprises.

⁷⁹ Plus de détails dans la section 2.

⁸⁰ Le Journal Officiel N°13 du 26 février 2003.

Afin de favoriser le développement du tissu économique local des centres de facilitations ont été créés. Ils ont pour missions :

- Encadrer, orienter et accompagner les promoteurs de projets potentiels, compte tenu des opportunités d'investissements et les spécificités des régions ;
- Développer la culture d'entreprise ;
- Créer un lieu de rencontre entre les milieux d'affaires et les institutions et administrations centrales ou locales ;
- Accompagner les PME dans l'intégration économique nationale et internationale ;
- Diffuser les dispositifs d'aide et de soutien aux Petites et Moyennes Entreprises.

1.4 Classification des PME (Typologie) :

Généralement, on peut classer les PME selon les critères de la taille, le statut juridique, le secteur d'activité ou encore la région géographique.

1.4.1 Classification des PME par statut juridique :

Au 31/12/2007, le Ministère de la PME et de l'Artisanat a recensé un total de 410 959 PME en Algérie, la population du secteur de la PME selon la nature juridique se présente selon le tableau suivant :

Tableau 4 : Répartition des PME par nature juridique au 31/12/2007

Nature des PME	Nombre des PME	%
<i>PME privées</i>	293 946	71,53
<i>PME publiques</i>	666	0,16
<i>Artisans</i>	116 347	28,31
<i>Total</i>	410 959	100

Source : Bulletin d'information économique N°12 du Ministère de la PME et de l'Artisanat (04/2008)

Le nombre de PME privées est de 293 946, ce qui représente 71,53% des PME globales (voir Fig. 2). Cette répartition reflète la prédominance de cette catégorie d'entreprise au sein de l'économie nationale et cela grâce aux suppressions des différents obstacles qui entravaient le développement de ces entreprises à l'époque de l'économie administrée. La dynamique et la mouvance de cette catégorie d'entreprise se sont traduites par une croissance annuelle de 24 140 entreprises.

Par ailleurs, le nombre de PME publiques connaît une diminution continue. Il a atteint 666 PME fin 2007 d'après la Figure 2. Ce qui représente une mince partie de la population globale soit (0,16 %). Cette diminution est due au processus de privatisation des entreprises publiques engagé dans le cadre de la restructuration et de la réorganisation du secteur public.

Quant aux artisans déclarés auprès des 31 Chambres de l'Artisanat et des Métiers (CAM), leurs nombre à atteint un total de 116 347 artisans (dont 115 508 artisans individuels). Ce qui représente 28,31% de la population globale de la PME (voir Fig.2). Ces artisans se répartissent sur trois filières : l'artisanat traditionnel et d'art avec 54 139 artisans, l'artisanat de production de biens avec 44 308 artisans et l'artisanat de production de services avec 17 900 artisans.

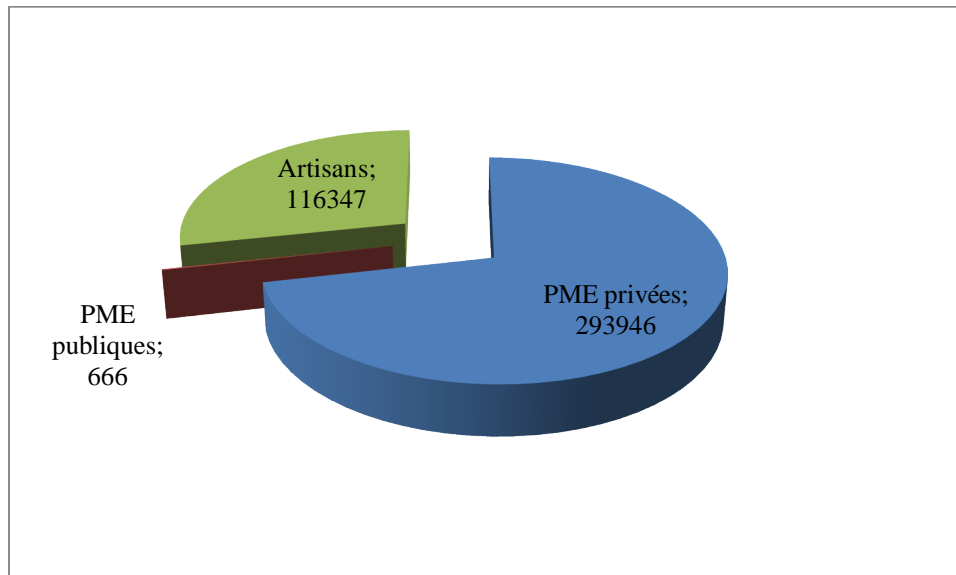


Figure 2 : Population de la PME et de l'artisanat au 31/12/2007

1.4.2 Classification des PME selon la taille :

La situation des PME privées selon la taille entre 1999 et 2002 est montrée par la Figure 3

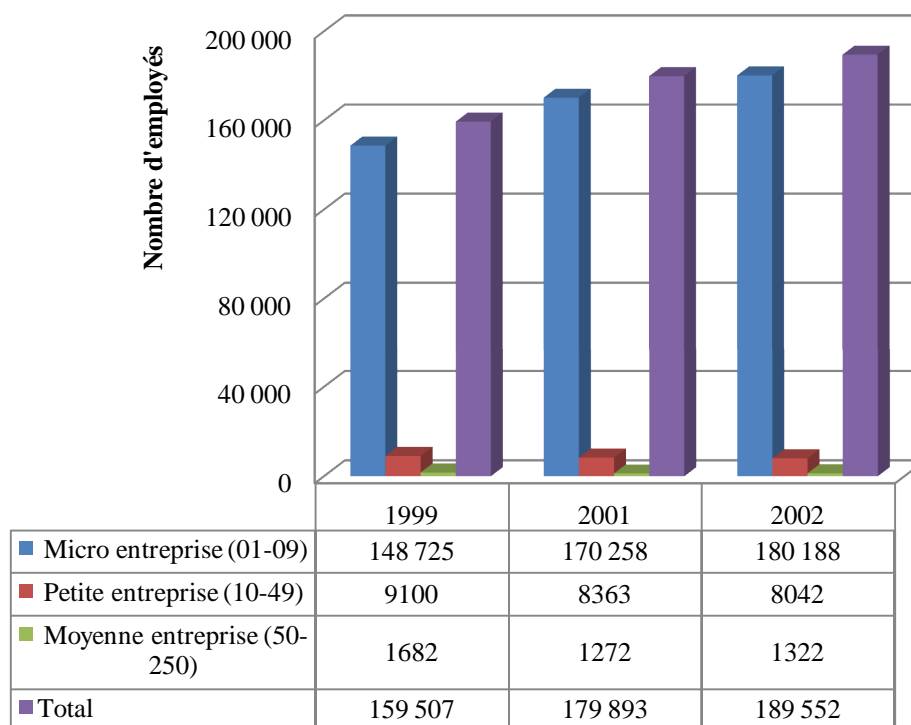


Figure 3 : Répartition des PME privées par tranche d'effectifs (1999-2002)

Comme illustre la Fig. 3, cette répartition indique une forte concentration au profit des micros entreprises avec 180 188 entreprises en 2002, représentant 95,06 % du total des PME. Ces micros entreprises ont connu une remarquable évolution pendant cette période. On enregistre une croissance de 31 463 micros entreprises. Par contre, les petites entreprises ne représentent que 4,24 % du total des PME en 2002. Contrairement aux micros entreprises, elles ont connu une diminution entre 1999 et 2000 : leur nombre a diminué de 1058 PME.

Les moyennes entreprises quant à elles connaissent aussi une diminution de 360 PME. Elles représentent une mince partie du total des PME qui est de 0,7%. Les données pour la période 2003-2006 ne sont pas disponibles. Ce qui nous a contraint à arrêter l'analyse en 2002. On constate à travers cette distribution un déséquilibre important en terme de la répartition entre les micros entreprises, les petites et les moyennes entreprises.

1.4.3 Classification des PME par secteur d'activité :

Le tableau 5 résume l'évolution de la répartition des PME privées par secteur d'activité en Algérie.

La Figure 4 ci-dessous montre la classification des PME privées par secteur d'activité. Il ressort la prédominance du secteur des Bâtiment et travaux publics (BTP) par rapport aux autres secteurs. Il occupe, Ainsi la première place avec plus de 34% des PME privées. Il a connu une croissance notable près de 52% en l'espace de 4 années. Le secteur Commerce et distribution occupe la seconde place regroupant environ 17,27% des PME privées. Suivi de celui des Transport et communication avec 9,01%. Concernant le reste des secteurs : services fournis aux ménages, hôtellerie, industrie agroalimentaire, ils se partagent d'une manière relativement équilibré entre de 5 et 7 %.

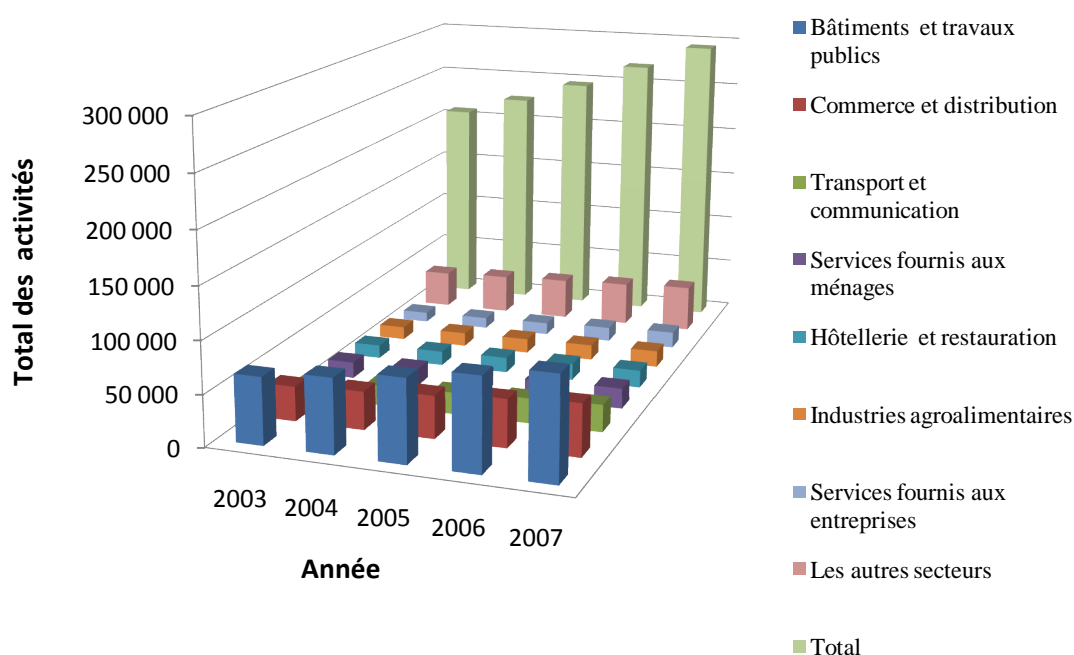


Figure 4 : Evolution des secteurs d'activités dominants les PME privées (2003-2007)

Tableau 5 : Evolution des secteurs d'activités dominants les PME privées (2003-2007)

Secteur d'activité	2003		2004		2005		2006		2007	
	<i>Nbre</i>	%	<i>Nbre</i>	%	<i>Nbre</i>	%	<i>Nbre</i>	%	<i>Nbre</i>	%
Bâtiments et travaux publics	65 799	31,64	72 869	32,32	80 716	32,83	90 702	33,62	100 250	34,10
Commerce et distribution	34 681	16,68	37 954	16,83	42 183	17,16	46 461	17,22	50 764	17,27
Transport et communication	18 771	9,03	20 294	9,00	22 119	9,00	24 252	8,99	26 487	9,01
Services fournis aux ménages	15 927	7,66	16 933	7,51	18 148	7,38	19 438	7,20	20 829	7,09
Hôtellerie et restauration	13 230	6,36	14 103	6,26	15 099	6,14	16 230	6,02	17 178	5,84
Industries agroalimentaires	13 058	6,28	13 673	6,06	14 417	5,89	15 270	5,66	16 310	5,55
Services fournis aux entreprises	9897	4,76	10 843	4,81	12 143	4,94	14 134	5,24	16 109	5,48
Les autres secteurs	36 586	17,59	38 780	17,20	41 017	16,68	43 319	16,06	46 019	15,66
Total	207 949	100%	225 449	100%	245 842	100%	269 806	100%	293 946	100%

Source : calculs effectués à partir des données des bulletins d'information économique N°5, 8,12 du Ministère de la PME et de l'Artisanat

1.4.1 Classification des PME par région géographique :

La répartition des PME privées par régions géographiques au 31/12/2007 est exposée dans le tableau récapitulatif suivant :

Tableau 6 : Répartition des PME privées par régions géographiques

Région	Nombre des PME Année 2006	Nombre des PME Année 2007	Croissance
Nord	163 492	177 730	14 238
Hauts Plateaux	80 072	87 666	7 594
Sud	20 803	22 576	1 773
Grand Sud	5 439	5 974	553
Total	269 806	293 946	24 140

Source : Bulletin d'information économique N°12 du Ministère de la PME et de l'Artisanat (04/2008)

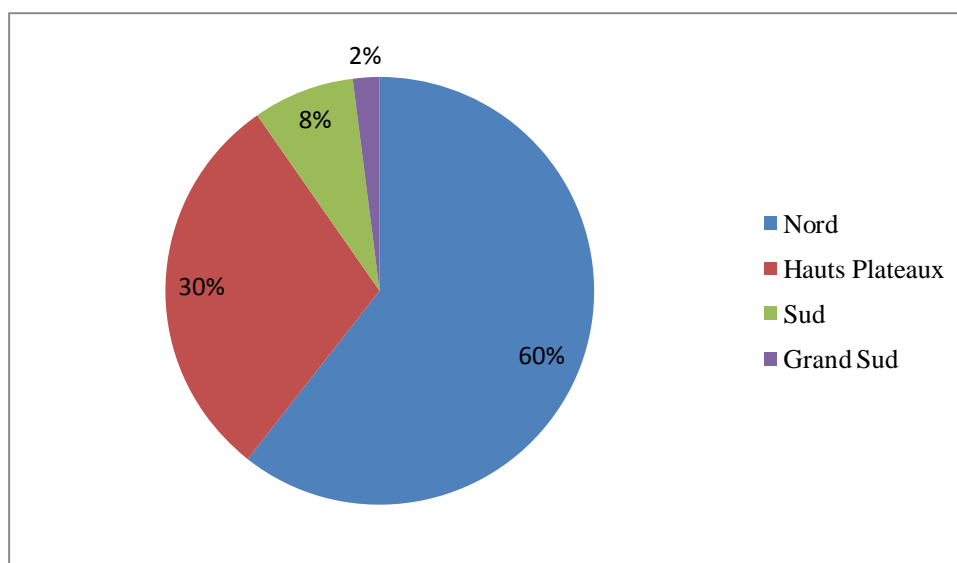


Figure 5 : Répartition des PME privées par régions géographiques en 2007

Comme l'indique la Figure 5, les PME privées sont réparties en quatre régions géographiques. Elles se centralisent dans la région du nord du pays avec 177 730 PME (voir Tableau.6). Ce qui représente un taux de 60 % du nombre total des PME. Quant à la région des hauts plateaux, elle occupe le second rang avec 87 666 PME, représentant ainsi un taux de 29,82 %. En dernier, sont classées les régions du sud et du grand sud avec environ 10,18 % du total des PME. D'après cette répartition, on constate un fort déséquilibre entre ces régions.

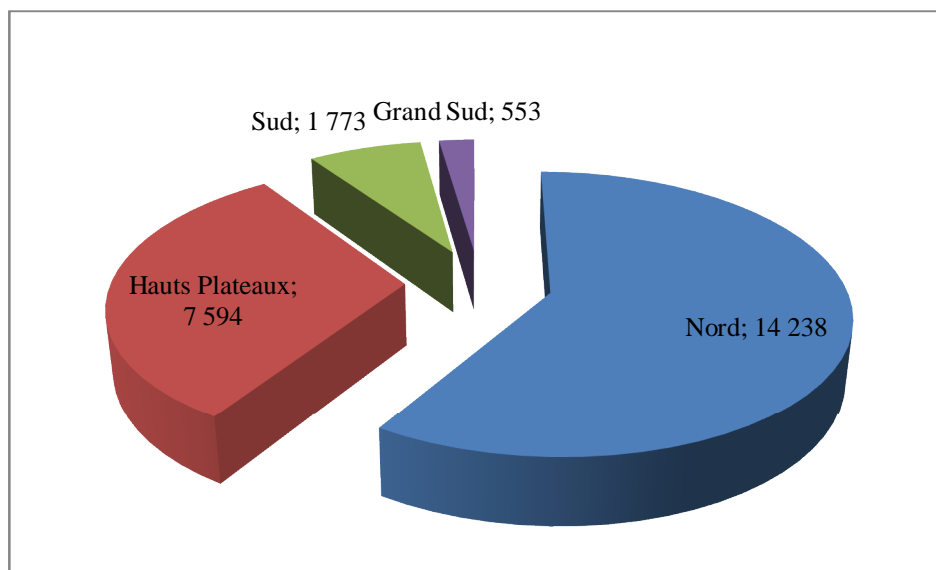


Figure 6 : Croissance des PME privées par régions géographique (2006-2007)

La croissance des PME privées au niveau national est de 24 140 PME (voir Tableau.6). D'après la Fig.6 la région du nord occupe la première place par une croissance de 14 238 PME, alors que les hauts plateaux ont connu une augmentation de 7 594 PME. On remarque une faible croissance des PME privées des régions du sud et du grand sud par rapport aux autres régions (du nord par exemple). Elles comptent respectivement 1 773 et 533 PME.

1.4.2 Evolution des PME :

A partir de l'année 2000, le mouvement de création de PME en Algérie a connu un essor remarquable, grâce à la politique de soutien entreprise par l'État. Selon les données du Ministère de la PME et de l'Artisanat, le nombre total de ces entreprises s'élève à 410 959 entreprises à la fin 2007, soit une augmentation de 67,5% par rapport à l'année 2001. La figure suivante présente l'évolution de ces entreprises selon leur statut juridique durant la période 2001-2007.

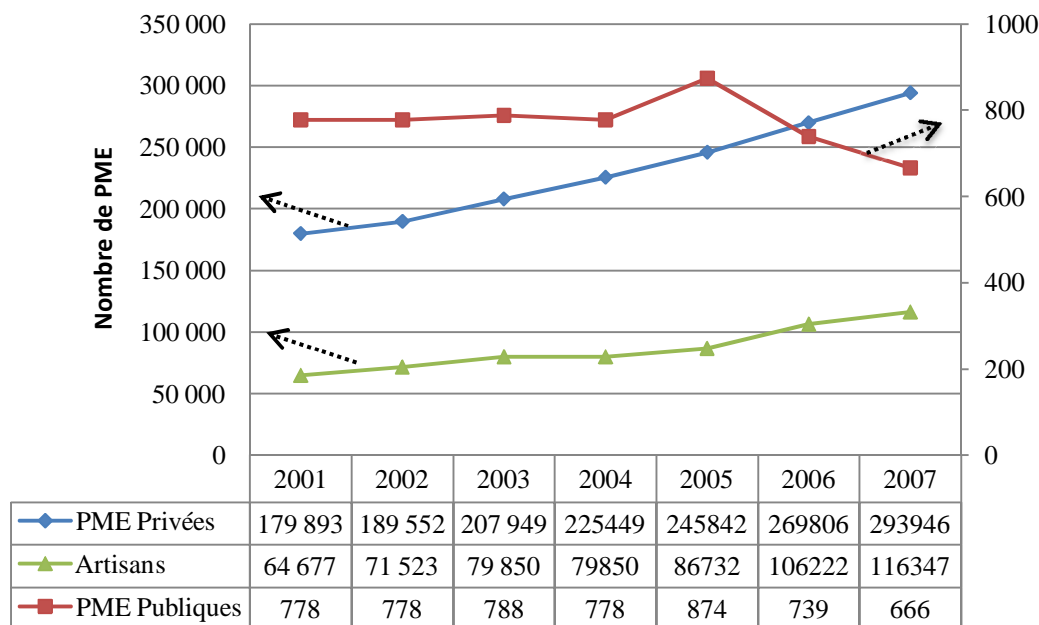


Figure 7 : Evolution du nombre de la population de la PME durant la période 2001-2007 ⁸¹

Tableau 7 : Evolution de la population de la PME durant la période 2002-2007

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<i>PME Privées</i>	5,37	9,71	8,42	9,05	9,75	8,95
<i>PME Publiques</i>	0	1,29	-1,27	12,34	-15,45	-9,88
<i>Artisans</i>	10,58	11,64	8,62	10,77	10,56	9,53
Total	6,73	10,21	8,45	9,53	9,91	9,08

La Figure 7 représente l'évolution de la population de la PME durant la période 2001-2007. On remarque que les PME privées ont connus une évolution très remarquable durant la période étudiée. En effet, d'après le tableau 7, le taux de croissance enregistré en 2002 était de 5,37%. Durant la période allant de 2003 à 2007 les PME privées ont connues une augmentation pour atteindre 8,95 % à la fin de cette période. Cependant, l'augmentation la plus importante (9,75 %) est observée pour l'année 2006.

Pour l'année 2007, le secteur des PME s'est développé en gagnant 24 140 entreprises nouvelles. Ces entreprises sont réparties de la manière suivantes : 23 015 micro entreprises ; 997 petite entreprises et 128 moyenne entreprises. La croissance de création des PME privées ainsi que leurs mouvements est retracée dans le tableau 7.

⁸¹ Données des bulletins d'information économique N°10,12 du Ministère de la PME et de l'Artisanat.

Concernant les artisans, on remarque aussi une importante augmentation dans leur nombre pendant la période étudiée. Par conséquent la courbe des artisans évolue à une cadence régulière suivant des taux de croissance qui se situent entre 8,63 et 11,64 %. En 2003, on enregistre le meilleur taux d'évolution de cette catégorie qui est de 11,64 %.

L'évolution des PME du secteur privé et de l'artisanat résulte principalement de la promulgation de la loi n°01-18 pour la promotion de la PME ainsi que les différentes mesures prises par l'Etat pour favoriser le développement des PME.

Quant au PME du secteur public, leur nombre est insignifiant par rapport à celui du secteur privé et de l'artisanat. C'est pour cette raison qu'on lui a attribuée son propre axe sur lequel se déplace sa courbe (voir fig.7).

Le taux d'évolution des PME publiques durant la période étudiée varie selon un intervalle large entre -15,45 et 1,29 % (voir fig.7). Cependant leur nombre reste très faible, cela est dû essentiellement à deux phénomènes qui influent, d'une manière opposée, sur leur nombre :

- D'une part, la restructuration des grandes entreprises publiques donne lieu à la création de nombreuses filiales qui bénéficient d'une autonomie presque totale et qui sont éligibles à la privatisation ou au partenariat.
- D'autre part, le processus de privatisation quelle que soit sa forme, partielle ou totale, fait diminuer le nombre de PME publiques qui passent au statut de privé.

Tableau 8 : Mouvement des PME privées

Mouvement \ Années	2004	2005	2006	2007
Création	18 987	21 018	24 352	24 835
Réactivation	1920	2863	2702	2481
Radiation	3407	3488	3090	3176
Total	17 500	20 393	23 964	24 140

Source : Elaboré à partir des données des bulletins d'information économique N°8, 10,12 du Ministère de la PME et de l'Artisanat

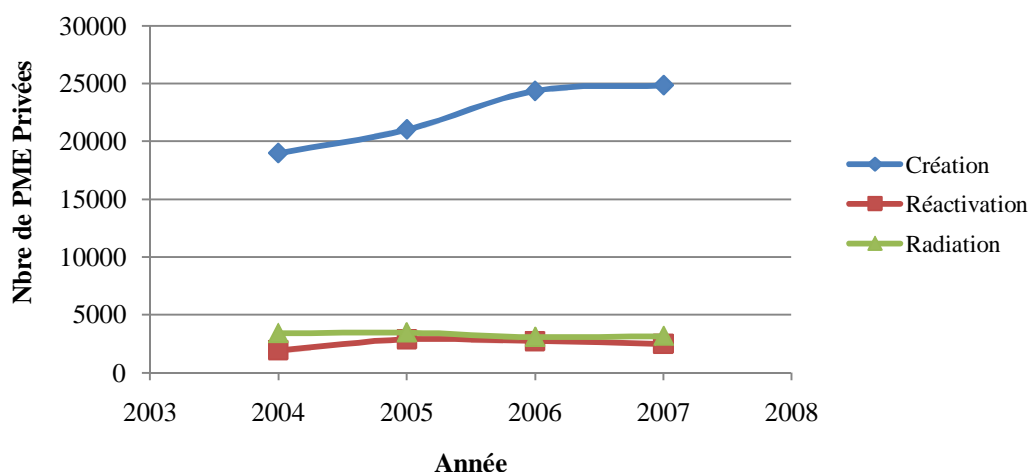


Figure 8 : Mouvement des PME privées durant la période 2004-2007

La figure 8 montre le mouvement des PME privées durant la période 2003-2007. On remarque que le mouvement de création des PME a connu une croissance considérable durant cette période. Cette augmentation est le résultat des mesures prises par l'État pour la promotion et l'intensification du tissu de la PME.

Cependant, le mouvement de radiation se caractérise par une certaine stabilité, il est passé de 3407 en 2004 à 3176 en 2007. Quant au mouvement de réactivation, on remarque une importante augmentation en 2005 estimée à presque 50%. À partir de 2005 la courbe de réactivation a connu une légère diminution.

En résumé, s'il fallait dresser les caractéristiques du tissu des PME, nous pouvons relever les points suivants :

- La très petite entreprise domine la structure globale des PME en Algérie.
- Les PME sont fortement concentrées autour du secteur privé.
- La localisation géographique des PME est déséquilibrée compte tenu de la concentration des entreprises dans la région du nord.
- Les PME existantes se concentrent sur les activités de services, le BTP et secondairement les industries manufacturières (Agroalimentaires, bois et papier).
- Les PME sont de création très récente⁸².

⁸² Voir Professeur BOYACOUB A., *Les PME en Algérie dynamisme économique et territorial*, actes du colloque international sur La gouvernance et le développement de la PME, Alger, 2003

1.5 La place de la PME dans l'économie nationale selon les indicateurs

macro économiques :

Dans la conjoncture de crise et de mutations économiques et sociales actuelles, il est désormais établi que les PME constituent l'élément indispensable à l'intégration et la diversification économique. Tout comme elles peuvent constituer la principale source de richesse et d'emplois.

Il convient alors de situer la place de la PME dans un contexte macro économique à travers l'analyse des indicateurs.

1.5.1 La contribution des PME en matière d'emploi :

Le nombre de PME privé a atteint 189 552 en 2002, employant 538 055 salariés. Alors que le nombre de poste d'emploi déclarée par le Ministère de la PME et de l'Artisanat pour l'année 2007 est de 771 037 postes .Ce qui explique ainsi l'évolution de la contribution des PME en termes d'emploi. Le tableau suivant illustre :

Tableau 9 : Evolution du nombre de salariés du secteur privé (2002-2007)

Année	Nombre de Salariés	Evolution	Taux d'évolution
2002	538 055	-----	-----
2003	550 386	12 331	2,30%
2004	592 758	42 372	7,70%
2005	642 987	50 222	8,47%
2006	708 136	65 149	10,13%
2007	771 037	62 901	8,88%

Source : conçu à partir des données des bulletins d'information économique N° 10,12 du Ministère de la PME et de l'Artisanat

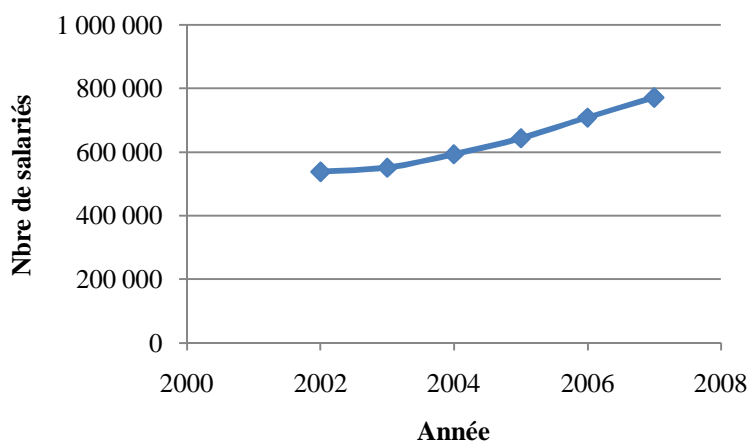


Figure 9: Evolution du nombre de salariés du secteur privé entre 2002 et 2007

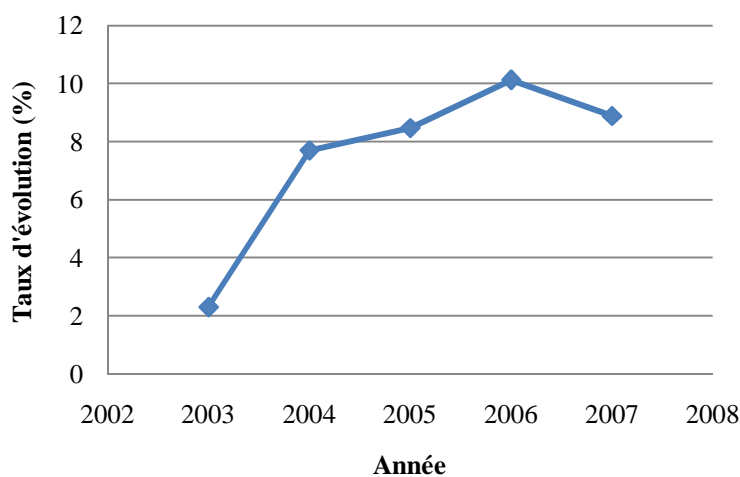


Figure 10: Taux d'évolution du nombre de salariés du secteur privé entre 2002 et 2007

Les Figures 9 et 10 révèlent les remarquables résultats réalisées par les PME privées en matière d'emploi durant la période 2002-2007. En effet, la courbe retraçant le nombre de salariés évolue à une cadence continue. Le nombre de salariés est passé de 538 055 emplois en 2002 à 771 037 emplois en 2007, soit une augmentation de 232 982 emplois durant les cinq dernières années. Cette importante augmentation résulte de l'évolution du nombre de PME privées. Concernant le taux d'évolution, il est passé de 2,30 % en 2003 à 7,7% en 2004. On a enregistré en 2006 le taux d'évolution le plus élevé qui est de 10,13 % (figure.10).

Ces résultats significatifs démontrent le rôle important des PME privées dans la génération d'emplois. Cependant, l'évaluation du poids relatif de l'emploi généré par les PME pose problème en raison de l'accroissement du phénomène de la sous déclaration administrative et l'existence d'activités immergées dans le secteur de l'informel.

1.5.2 La contribution des PME en matière de Produit Intérieur Brut et de Valeur Ajoutée :

Afin d'être dans une optique claire et précise du rôle joué par les PME dans le développement économique, notamment celle du secteur privé et leurs contributions dans le PIB pour la période (2000/2006) nous établissons le tableau suivant :

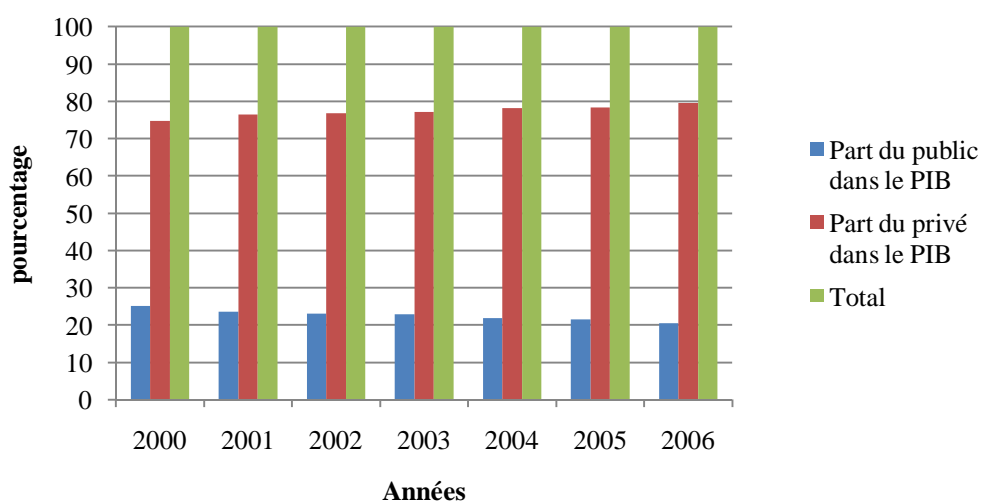


Figure 11: évolution du PIB par secteur juridique hors hydrocarbures en pourcentage durant la période 2002-2006

Tableau 10 : Evolution du PIB par secteur juridique hors hydrocarbures (2000/2006)

Unité : Milliard DA

Secteur juridique	2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006	
	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%	Valeur	%
<i>Part du Public dans le PIB</i>	457,8	25,2	481,5	23,6	505	23,1	550,6	22,9	598,6	21,8	651	21,59	704,05	20,44
<i>Part du Privé dans le PIB</i>	1356,8	74,8	1560,2	76,4	1679,1	76,9	1884,2	77,1	2146,7	78,2	2364,5	78,41	2740,06	79,56
<i>Total</i>	1814,6	100	2041,7	100	2184,1	100	2434,8	100	2745,4	100	3015,5	100	3444,11	100

Source : Élaboré à partir des données des bulletins d'informations économiques N° 10,12 du Ministère de la PME et de l'Artisanat.

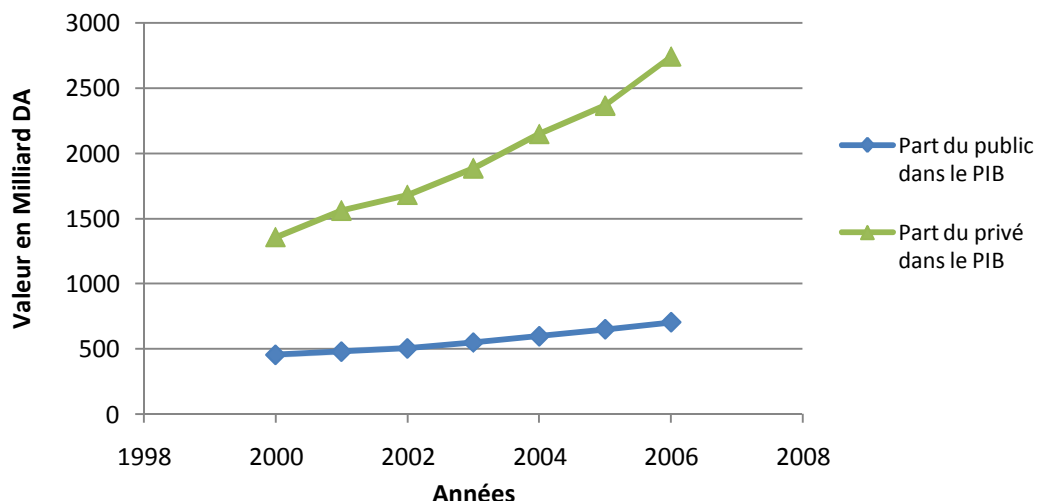


Figure 12 : évolution du PIB par secteur juridique hors hydrocarbures en valeur durant la période 2002-2006

La part du secteur privé dans le PIB hors hydrocarbures a connu une croissance appréciable. Sa valeur a doublé durant la période 2000-2006. Elle est passée de 1356,8 *Milliards DA* à 2740,06 *Milliards DA*. Sa courbe évolue selon un rythme important (figure.12). En pourcentage, sa contribution dans le PIB, a toujours dépassé les 70 % : elle varie entre 74,8 et 79,56 % (figure.11). En effet, le secteur privé est constitué en majorité de PME, il a contribué au cours de l'année 2006 à raison de 79,56 %.

Cette augmentation est expliquée par l'adoption de la loi d'orientation sur la promotion de la PME en 2001, ainsi que l'émergence d'un nombre considérable d'opérateurs privés.

En revanche, la contribution du public dans le PIB a connu une diminution durant cette période. Elle est passée de 25,2 % en 2000 à 20,44 % pour l'année 2006. Cependant, nous avons enregistré une mince augmentation dans la valeur de sa part par rapport à celle du privé. Les deux courbes reflètent nettement l'écart dans le rythme d'évolution.

A travers la lecture des données relatives à la structure de la valeur ajoutée hors hydrocarbures (tableau 11), nous remarquons que la contribution des PME privées à la création de la valeur ajoutée est très importante et qu'elle a augmenté de manière significative durant la période étudiée.

En effet, on retrouve le transport et communication, le commerce et distribution et l'agriculture ainsi que le BTP presque sur la même ligne dans la création de la valeur ajoutée. Cette dernière est fournie principalement par le secteur privé avec une part qui varie entre 75% pour le transport et communication jusqu'à 99% pour l'agriculture. La valeur ajoutée générée par ces secteurs se situe entre 610,06 et 765 *Milliards DA*. Ils sont considérés comme secteur à forte valeur ajoutée.

Cependant, il existe des secteurs à faible valeur ajoutée comme : l'industrie agroalimentaire, l'hôtellerie et restauration, services fournis aux entreprises ainsi que le secteur du cuir et chaussure. Cette valeur ajoutée se situe entre 2,55 et 134,9 *Milliards DA*, toutefois même pour ces secteurs la valeur ajoutée est créée essentiellement par le secteur privé.

Tableau 11 : Evolution de la valeur ajoutée (hors hydrocarbures) par secteur d'activité et nature juridique durant la période 2001-2006

Unité Milliards DA

Secteurs d'Activités	Secteurs Juridiques	2001		2002		2003		2004		2005		2006	
		VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%
Agriculture	Privé	410,49	99,61	415,91	99,69	508,78	99,75	577,97	99,84	578,79	99,84	638,63	99,84
	Public	1,62	0,39	1,31	0,31	1,24	0,24	0,91	0,16	0,93	0,16	1	0,16
	Total	412,11	100	417,22	100	510,03	100	578,88	100	579,72	100	639,63	100
BTP	Privé	221,5	69,13	263,29	71,17	284,09	70,85	358,33	78,12	403,37	79,81	486,37	79,72
	Public	98,9	30,87	106,64	28,83	116,91	29,15	100,34	21,87	102,05	20,19	123,69	20,27
	Total	320,4	100	369,93	100	401	100	458,67	100	505,42	100	610,06	100
Transport et Communication	Privé	259,7	76	270,68	74,3	305,23	74,01	349,06	69,27	417,59	69,86	576,941	75,39
	Public	81,7	24	93,65	25,7	107,2	25,99	145,81	30,72	180,19	30,14	188,291	24,61
	Total	341,4	100	364,33	100	412,43	100	503,87	100	597,78	100	765,232	100
Services fournis aux entreprises	Privé	26,78	72,61	29,01	71,45	31,8	72,03	36,06	71,13	45,65	79,77	50,32	80,69
	Public	10,1	27,39	11,59	28,55	12,35	27,97	14,62	28,86	11,58	20,23	12,04	19,31
	Total	36,88	100	40,6	100	44,15	100	50,68	100	57,23	100	62,36	100
Hôtellerie et restauration	Privé	43,5	90	47,93	86,58	51,52	86,81	54,5	87	60,88	87,45	65,3	87,24
	Public	4,8	10	7,43	13,42	7,83	13,19	8,14	13	8,74	12,55	9,55	12,76
	Total	48,3	100	55,36	100	59,35	100	62,64	100	69,62	100	74,85	100
Industrie Agroalimentaire	Privé	74,56	69,33	80,54	71,41	86,49	74,96	93,5	78,41	101,79	80,48	110,86	82,18
	Public	32,99	30,67	32,25	28,59	28,89	25,04	25,73	21,58	24,69	19,52	24,04	17,82
	Total	107,55	100	112,79	100	115,38	100	119,23	100	126,48	100	134,9	100
Cuir et chaussure	Privé	1,72	76,11	2,14	82,63	2,02	82,11	2,23	83,2	2,31	84,93	2,21	86,67
	Public	0,54	23,89	0,45	17,37	0,44	17,89	0,45	16,8	0,41	15,07	0,34	13,33
	Total	2,26	100	2,59	100	2,46	100	2,68	100	2,72	100	2,55	100
Commerce et distribution	Privé	449,3	93,9	475,8	93,43	514,56	93,19	567,19	93,43	629,18	94,17	675,05	94,02
	Public	29,1	6,1	33,47	6,57	37,61	6,81	39,86	6,57	38,95	5,83	42,91	5,98
	Total	478,4	100	509,27	100	552,17	100	607,05	100	668,13	100	717,96	100

Source : conçu à partir des données des bulletins d'information économique N°10,12 du Ministère de la PME et de l'Artisanat

Section 2: Les organismes d'aides et les programmes de soutien

Les programmes de mise à niveau et les plans d'appui traduisent la prise de conscience des pouvoirs publics pour l'avenir de l'économie nationale.

Ces programmes de mise à niveau se focalisent sur l'entreprise et son environnement immédiat. Ils sont souvent subdivisés en mesures d'appui aux entreprises et en mesures d'appui à leur environnement immédiat.

2.1 Les programmes de soutien aux PME :

La mise à niveau est tout d'abord apparue avec le projet pilote de l'ONUDI et le programme du Ministère de l'Industrie et de la restructuration. Ensuite, le Ministère de la PME et de l'artisanat a tracé des programmes d'appui au développement des PME, en coopération avec des partenaires étrangers, à savoir : l'ONUDI, la Banque mondiale, l'AFD (Agence Française de Développement), la Commission européenne (programme MEDA) et la GTZ (Agence de coopération allemande).

2.1.1 Le programme ONUDI :

L'ONUDI a vu le jour à Vienne, en 1967, avec comme mission de promouvoir et d'accélérer le développement industriel dans les pays en développement. Le programme-cadre initial de l'ONUDI a été approuvé en décembre 1998 par le Directeur Général de l'ONUDI et en avril 1999 par les autorités algériennes.

Il s'agit d'un programme intégré pour l'amélioration de la compétitivité, la restructuration industrielle et pour le développement de l'emploi en Algérie.

2.1.1.1 Les objectifs du programme :

L'objectif central du programme consiste à soutenir la dynamique de restructuration, de compétitivité, d'intégration et de croissance des industries et des entreprises. De créer des emplois et d'accroître les exportations des produits industriels dans le nouveau contexte de libéralisation et d'ouverture de l'économie algérienne.

2.1.1.2 Le programme :

Il se articule autour de ces composantes⁸³ :

- Assistance à l'élaboration et à la mise en œuvre d'une politique et d'une stratégie industrielle.
- Renforcement des services d'appui et de conseil à l'industrie.
- Programme pilote d'appui pour la restructuration et l'amélioration de la compétitivité de 48 entreprises algériennes.
- Appui et renforcement des capacités institutionnelles dans le cadre de la structuration d'un réseau d'information économique et industriel.

2.1.1.3 Les bénéficiaires du programme :

• **Au niveau des entreprises :** toute entreprise du secteur industriel ou des services liés à l'industrie, elle doit :

- ✓ Etre de droit algérien, légalement constitué en Algérie.
- ✓ Avoir au moins trois exercices fiscaux.
- ✓ Employant un effectif de vingt salariés et plus.
- ✓ Immatriculation au Registre de Commerce et Identifiant Fiscal.
- ✓ Résultat d'exploitation positif.

• **Au niveau des structures d'appui :** Chambres de commerce, Agence National de Développement, centres de formations, associations professionnelles.

• **Au niveau de l'environnement de l'industrie :** Les Ministères de : l'industrie et de la restructuration, de la PME et de l'artisanat, du Commerce, de l'Environnement., etc.

2.1.1.4 La durée et le coût du programme :

Le programme est d'une durée de 5 ans, avec un budget de 11,44 millions de dollars.

⁸³ ONUDI, *Programme intégré pour l'amélioration de la compétitivité et l'appui à la restructuration industrielle en Algérie*, août 2006.

2.1.2 Le programme Euro Développement pour la PME (programme MEDA) :

Le Programme d'appui au développement des PME a fait l'objet d'une convention de financement entre le Gouvernement algérien et la Commission européenne, signée le 14 septembre 1999. Une Unité de gestion du programme (UGP) a été installée en octobre 2000 à Alger pour mener à bien les activités prévues et atteindre les objectifs assignés au programme. Cinq antennes ont été installées : Alger, Annaba, Ghardaïa, Oran et Sétif. Elles avaient pour but principal, d'assurer la coordination, l'information et la formation au bénéfice des entreprises et des opérateurs du secteur de la PME.

2.1.2.1 L'objectif du programme ⁸⁴ :

Le programme vise au renforcement du secteur privé porteur de croissance et à l'amélioration de la compétitivité de l'économie algérienne. Il vise également une contribution plus importante des PME/PMI à la croissance économique et à la réduction du taux de chômage.

2.1.2.2 Le programme :

Il est constitué de trois volets :

- **L'appui direct aux PME privées** : Il s'agit principalement de la réalisation de pré diagnostics, d'actions de mise à niveau dans les entreprises et l'organisation de séminaires de formation.
- **L'appui financier** : le programme prévoit de contribuer à l'amélioration du financement des PME, en apportant son appui à la création et à la formation des Sociétés Financières Spécialisées, en mesure d'élargir la gamme des instruments financiers à la disposition des chefs d'entreprise.

Le projet a fourni un appui à la création d'un Fonds de Garantie des Crédits aux PME (FGAR) et a permis la formation d'analystes des banques algériennes aux techniques d'appréciation des risques entreprise.

⁸⁴ http://www.edPME.org/index_PME.html

- **Appui institutionnel** : consiste en des soutiens aux structures intermédiaires et aux services d'appui publics et privés de nature à améliorer l'environnement des entreprises. Le projet a permis la création d'un Conseil national Consultatif de la PME. Il a aussi financé des formations destinées aux associations patronales et professionnelles ainsi qu'aux chambres de commerce et d'industrie et aux cadres du ministère de la PME et de l'Artisanat.

2.1.2.3 Les bénéficiaires du programme :

Ils sont répartis en trois (3) catégories :

- Les PME privée du secteur industriel et des services liés à l'industrie .Ces entreprises doivent avoir un effectif d'au moins 20 salariés permanents, être identifiées sur le plan fiscal, immatriculées à la CNAS et être en activité depuis trois ans.
- Les institutions financières et les banques qui développent des services en direction des PME comme la mise en œuvre de nouveaux instruments tels que le crédit bail, le capital risque, le factoring, etc....
- Essentiellement, les associations patronales et professionnelles de PME, les Chambres de Commerce et d'Industrie, les Bourses de sous-traitance et de partenariat, les instituts de formation pour les chefs d'entreprise et les cadres.

2.1.2.4 La durée et le coût du programme :

Ce programme s'étale sur une période de six (06) ans avec un financement de 66,445 millions d'euros, dont 57 millions d'euros en provenance de la Commission européenne. 3,4 millions d'euros apportés par le gouvernement algérien et 2,5 millions d'euros représentant la contribution des entreprises bénéficiant des prestations du programme.

2.1.2.5 La situation de la PME algérienne selon Euro-Développement PME (bilan) :

Plus de 2500 opérations de mise à niveau au profit de 450 entreprises. Les enquêtes menées par le programme Euro-Développement PME font ressortir 03 grandes catégories d'entreprises :

- ***Des PME en situation de passivité et de survie :***

Elles constituent la majorité de la population des PME. Elles sont caractérisées, pour la plupart, par :

- ✓ des difficultés financières.
- ✓ une perte de position sur leur marché traditionnel.
- ✓ et le manque de structuration.

La pérennité de ces entreprises passe par la réalisation d'investissements de modernisation et/ou des désinvestissements (pour limiter les pertes et dégager de nouvelles ressources ou carrément se redéployer sur de nouveaux produits ou activités).

Les chefs de ces entreprises ne sont par enthousiastes vis-à-vis de la mise à niveau. Ils sont absorbés par les problèmes quotidiens et ne sont pas en mesure de réfléchir à l'avenir de leur entreprise.

- ***Des PME en situation de croissance :***

Ce sont des entreprises qui ne connaissent pas de difficultés financières. Elles cherchent à conserver ou à améliorer leurs positions sur leur marché traditionnel, principalement domestique.

Les chefs d'entreprise réalisent que leur confort sera remis en cause par l'ouverture commerciale et qu'ils doivent se préparer à la concurrence. Néanmoins, ils sont hésitants et ne mesurent pas encore bien tous les avantages que la mise à niveau peut leur apporter. Ils ne confirment pas leur adhésion, ou abandonnent parfois après le diagnostic ou la première action de mise à niveau.

- ***Des PME en situation d'excellence :***

Elles constituent la minorité. Leur situation financière est satisfaisante. Leur organisation et leur management sont très modernes et leur position sur le marché est compétitive. Elles souhaitent élargir leurs parts sur le marché domestique et éventuellement conquérir des marchés à l'extérieur par l'exportation ou le partenariat.

Les patrons de cette catégorie d'entreprises ont, déjà, procédé à une mise à niveau autonome dans le sens où ils ont apporté des modifications managériales et techniques au sein de leurs entreprises. Ils manifestent une adhésion forte, vis-à-vis de la mise à niveau.

2.1.3 Le programme GTZ :

Le GTZ a réalisé deux projets qui appuient le secteur de la PME/PMI algérienne :

- ***PME/Conform*** : « *Conseil et Formation pour les PME algériennes* ». Lancé en 1996, ce projet visait principalement des actions de formation tournées aussi bien vers les entreprises que les services à l'industrie. Le projet s'appuyait sur un réseau de structures d'appui à l'industrie (écoles de gestion et cabinets conseil, Chambre Nationale du Commerce et de l'Industrie). Il a permis de former à la conduite de missions de diagnostic et d'accompagnement/conseil des consultants issus d'écoles de gestion et de cabinets conseil locaux (publics et privés). Le projet PME/Conform a aussi financé des formations thématiques pour les managers et cadres des PME ainsi que la réalisation d'un certain nombre d'études sur l'environnement de la PME algérienne.
- ***Appui aux Associations Professionnelles et Organisations Patronales*** ⁸⁵ : Lancé en 2005, ce projet vise à appuyer les associations professionnelles. Il comprend deux phases : une 1ère phase de trois années, suivie d'une deuxième de trois autres années. Le projet a permis de diagnostiquer 12 associations professionnelles et artisanales dans différents secteurs industriels et l'élaboration de plans opérationnels correspondants.

Les plans opérationnels portent sur trois types d'actions : développement des services à offrir par les associations à leurs adhérents ; amélioration des capacités de lobbying des associations ; et le renforcement de l'organisation interne des associations.

2.1.4 Le programme NAED d'appui aux PME algérienne :

L'objectif du NAED est d'aider les petites et moyennes entreprises (PME) du Maroc, de l'Algérie et de l'Égypte, en leur fournissant une assistance technique.

D'une durée de cinq ans pour un budget prévisionnel de 20 millions de dollars, ce programme, géré par la SFI, doit faciliter l'accès des PME aux sources de financement, soutenir les services d'appui aux entreprises (en termes de formation et de conseil notamment), renforcer la gestion des chaînes d'approvisionnement, raffermir les liens entre PME et grandes entreprises, et, enfin, veiller à améliorer l'environnement des affaires.

⁸⁵ <http://www.PMEart-dz.org>

2.1.5 Le programme du MIR⁸⁶ :

En coopération avec le PNUD et l'ONUDI, le MIR a défini un programme et un dispositif d'appui pour améliorer la compétitivité des entreprises et de leur environnement. La Loi de finances 2000 offre le support financier fondamental aux actions de mise à niveau par la création du Fonds de Promotion de la Compétitivité Industrielle. Ce Fonds⁸⁷ est destiné à couvrir les aides financières directes aux entreprises industrielles ou de services liés à l'industrie pour des opérations de mise à niveau pour la promotion de la compétitivité industrielle.

Ces aides peuvent être destinées aux entreprises pour couvrir une partie des dépenses engagées pour :

- Le diagnostic stratégique global et le plan de mise à niveau.
- Les investissements matériels et les investissements immatériels.

Elles peuvent aussi être destinées aux structures d'appui :

- Amélioration de la qualité de la normalisation et de la métrologie, de la propriété industrielle, de la formation, de la recherche- développement et de la promotion des associations professionnelles du secteur industriel.
- Réhabilitation des zones industrielles et des zones d'activités.

L'aide du Fonds de promotion de la compétitivité industrielle à l'entreprise passe par deux grandes étapes :

- La réalisation, par un bureau ou des consultants externes, librement choisis par l'entreprise, d'une étude que l'on peut intituler, « Diagnostic Stratégique Global et Plan de Mise à Niveau »
- La mise en œuvre des actions immatérielles et/ou matérielles définies dans le plan de mise à niveau.

⁸⁶ Ministère de l'Industrie et de la restructuration.

⁸⁷ L'arrêté interministériel du 12 décembre 2001 détermine la nomenclature des recettes et des dépenses du Fonds de promotion de la compétitivité industrielle (J.O.R.A N° 07 du 30 Janvier 2002).

Pour bénéficier des aides du Fonds de promotion de la compétitivité industrielle, les entreprises doivent :

- Être de droit algérien et appartenir au secteur productif industriel ou fournisseur de services liés à l'industrie.
- Être immatriculées au registre de commerce et disposer de l'identification fiscale.
- Avoir au minimum trois années d'activité.
- Employer un effectif total de : 20 salariés et plus (sur l'année de référence) pour les entreprises de production, 10 salariés pour les entreprises de services liés à l'industrie.
- Présenter un actif net positif.
- Afficher au moins deux résultats d'exploitation positifs sur les trois derniers exercices (bilan certifié de l'année de référence).

2.1.6 Le Programme National de Mise à Niveau (PNMN) :

Dans un souci d'accroître la compétitivité des entreprises et de promouvoir le produit national afin de le rendre conforme aux normes internationales, le Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat a mis en œuvre un programme national de mise à niveau de la PME.

Ce programme s'inscrit dans le cadre des dispositions de la loi N° 01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la PME. Il a été confié à l'Agence Nationale de Développement de la PME (AND-PME) qui est l'instrument de l'État en matière de mise en œuvre de la politique nationale de développement de la PME.

Le programme de mise à niveau pour l'amélioration de la compétitivité du Ministère de la PME, vient en complémentarité aux dispositifs existants.

Ces principales caractéristiques sont :

- L'intégration de la mise à niveau de l'environnement de la Petite et Moyenne Entreprise.
- L'élargissement aux secteurs de la PME non encore couverts par les autres dispositifs (notamment les PME moins de 20 salariés).
- La primauté aux investissements immatériels.

2.1.6.1 Les objectifs du programme :

L'objectif fondamental du programme est l'amélioration de la compétitivité des PME, le maintien de sa part au marché interne et puis la conquête éventuelle du marché extérieur. Le financement est basé sur un budget fixé à 1 milliard de DA annuellement.

2.1.6.2 Le programme :

Il se articule autour des axes suivants ⁸⁸ :

- Actions sectorielles (analyse par branche d'activité).
- Actions régionales (identification des mesures par wilaya prioritaire).
- Actions de mise à niveau de l'environnement institutionnel de la PME et les structures d'appui à la PME.
- Actions aux profits de la PME.

Le programme vise les actions suivantes :

- L'amélioration de la compétitivité par le renforcement des compétences et par la maîtrise de la qualité.
- Le renforcement de la structure financière de l'entreprise.
- Le renforcement des structures d'appui.
- La dynamisation du marché de l'information économique, commerciale et technique.
- L'acquisition de nouvelles technologies.

2.1.6.3 Les bénéficiaires du programme :

Toute entreprise remplissant les conditions suivantes :

- Être une entreprise de droit algérien et en activité depuis deux (2) ans.
- Être du secteur de la PME, quel que soit le statut juridique.
- Avoir une structure financière équilibrée.
- Posséder un potentiel d'exportation de ses produits et services.
- Avoir un potentiel de croissance et/ou des critères de développement technologique.

⁸⁸ <http://www.PMEart-dz.org>

- Avoir un potentiel pour la création de nouveaux emplois durables.

2.2 Les organismes d'aide aux PME :

Le secteur de la PME a connu ces dernières années une révolution radicale. Il a vu la création de structures d'appui appelées à jouer un rôle de premier plan dans l'épanouissement de ce secteur qui contribue pour 77% du PIB hors hydrocarbures.

2.2.1 Le conseil National Consultatif pour la promotion des PME (CNC PME) :

Le Conseil National Consultatif pour la promotion de la PME est un organe consultatif créé auprès du Ministère chargé de la Petite et Moyenne Entreprise (PME), conformément aux dispositions de l'article 25 de la loi n° 01-18 du 12 Décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la petite et moyenne entreprise (PME).

L'organisation et le fonctionnement du CNC PME sont régis par le décret exécutif N° 03-80 du 25 Février 2003⁸⁹. Il a été installé le 10 décembre 2003 par le Ministre de la PME et de l'Artisanat.

Il est chargé de promouvoir le dialogue et la concertation entre les PME et leurs associations d'une part, et les pouvoirs publics d'autre part. Le CNC PME a pour objectifs ⁹⁰:

- D'assurer le dialogue et la concertation d'une façon régulière et permanente entre les pouvoirs publics et les partenaires socio-économiques sur des questions d'intérêt national portant sur le développement économique et particulièrement sur la promotion des PME et de l'artisanat.
- D'encourager et de promouvoir la création de nouvelles associations professionnelles.
- De collecter l'information économique auprès des associations professionnelles, des organisations patronales et des espaces intermédiaires devant servir à l'élaboration des politiques et stratégies de développement du secteur.

Le premier mandat (Décembre 2003/ Novembre 2006) du CNC/PME a été marqué par la mise en œuvre d'un certain nombre d'actions portant sur la mise en place des différents organes statutaires et l'organisation de leurs activités. L'animation du conseil, l'information et la communication en direction de ses membres ainsi que la promotion d'actions de coopération.

⁸⁹Décret exécutif n°03-80 du 25 février 2003 portant organisation et fonctionnement du conseil national consultatif pour la promotion des PME, J.O.R.A. N°13 du 26 février 2003.

⁹⁰ <http://www.cnc-PME.org/modules/content/index>.

Le CNC/PME a, par ailleurs, engagé des efforts soutenus visant à créer une dynamique favorable à l'adhésion des PME aux associations professionnelles et organisations patronales. De même qu'il a pris des initiatives visant à fédérer ces dernières compte tenu de leur émiettement actuel.

2.2.2 L'Agence Nationale de Développement de la PME (AND-PME)

L'Agence Nationale de Développement de la PME (AND-PME) créée par décret exécutif n° 05 -165 du 3 Mai 2005⁹¹ est l'organe en charge du pilotage et de gestion du programme de mise à niveau des PME.

L'Agence est placée sous tutelle du Ministre de la PME et de l'Artisanat ; elle est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Elle a pour missions :

- De mettre la stratégie sectorielle en matière de promotion et de développement de la PME.
- De mettre en œuvre le programme national de mise à niveau des PME et d'en assurer le suivi.
- De promouvoir l'expertise et le conseil en direction des PME.
- D'évaluer l'efficacité de l'exécution des programmes sectoriels, et le cas échéant d'en proposer les correctifs nécessaires.
- De suivre la démographie des PME en termes de création, de cessation et de changement d'activités.
- De réaliser des études de filières et notes de conjoncture périodiques sur les tendances générales de la PME.
- De promouvoir, en relation avec les institutions et organismes concernés, l'innovation technologique et l'usage par les PME des nouvelles technologies de l'information et de la communication.
- De collecter, d'exploiter et de diffuser l'information spécifique au domaine d'activités des PME.
- De coordonner, en relation avec les structures concernées, entre les différents programmes de mise à niveau du secteur de la PME.

⁹¹ Décret exécutif n°05-165 du 03 mai 2005 portant création, organisation et fonctionnement de l'agence nationale de développement de la PME, J.O.R.A. N°31, du 04 mai 2005.

2.2.3 Le Fonds de Garantie des crédits aux PME (FGAR) :

Le Fonds de Garantie des crédits aux PME (FGAR) est un organisme public sous tutelle du Ministère de la petite et moyennes Entreprise et de L'Artisanat. Il a été créé par le décret exécutif ⁹² N° 02-373 du 11 novembre 2002 en application de la loi d'orientation sur les PME.

Créé pour venir en aide aux PME au moment de leur lancement et de leur développement. Son objectif principal est de faciliter l'accès aux financements bancaires à moyen terme afin de supporter le démarrage et l'expansion de PME. Il a pour missions :

- Faciliter l'accès aux crédits bancaires à moyen terme qui rentre dans le montage financier des investissements pour des projets viables.
- D'intervenir dans l'octroi de garanties en faveur des PME réalisant des investissements en matière de création d'entreprise, de rénovation ou d'extension des équipements. Le pourcentage de la garantie varie entre 10 et 80% du montant du crédit.
- De se prononcer sur l'éligibilité des projets et les garanties demandées.
- D'assurer le conseil et l'assistance technique en faveur des PME bénéficiaire de la garantie du fonds.

2.2.4 La Bourse de Sous-traitance et de Partenariat (BSTP) :

Le marché de la sous-traitance connaît un essor important. D'où la nécessité d'un organisme centralisateur qui fournisse l'information souhaitée sur les capacités de sous-traitance. A cet effet, et dans le cadre de la convention Algérie ó ONUDI / PNUD quatre bourses régionales de la sous-traitance et du partenariat ont été créées couvrant ainsi l'ensemble du pays.

Elles sont constituées sous formes d'associations régies par la loi n° 90-31 du 4 décembre 1990, sans but lucratif et d'intérêt général. Elles sont organisées en association professionnelle d'utilité publique.

Les Bourses de Sous-traitance et de Partenariat (**BSTP**) sont des centres d'information technique, de promotion et de mise en relation entre les donneurs d'ordre, fournisseurs et sous-traitants, qui ont pour but l'utilisation la plus optimale (la plus complète, la plus logique et la plus efficace) des capacités productives des industries affiliées.

⁹² Décret exécutif n°02-373 du 11 novembre 2002 portant création et fixant les statuts du fonds de garantie des crédits à la PME, J.O.R.A. N°74, du 13 novembre 2002.

Les Bourses n'apparaissent pas seulement comme des points de rencontre et comme des instruments de régulation entre l'offre et la demande de travaux de sous-traitance industrielle, mais aussi comme des instruments d'assistance pour les deux partenaires, et particulièrement pour les petits et moyens fournisseurs ou sous-traitants.

Ces bourses ont un certain nombre de fonctions fondamentales, qui comprend :

- La collecte, l'analyse, le stockage et l'organisation, en vue d'une extraction rapide, des informations et des données sur les capacités et les moyens de production existants des entreprises, notamment des PME.
- Le recensement des demandes de renseignements ou des offres concernant la sous-traitance. L'approvisionnement et le partenariat émanant d'acheteurs ou de donneurs d'ordres étrangers ou nationaux importants et leur transmission à des sous-traitants, fournisseurs ou partenaires potentiels.
- L'assistance aux sous-traitants, fournisseurs ou partenaires potentiels pour l'organisation de groupements ou d'associations de production et la négociation d'accords avec les donneurs d'ordres, qui pourraient être les pouvoirs publics de leur propre pays.

La nouvelle génération de BSTP apporte aux sous-traitants et fournisseurs une aide et une information pluridisciplinaires dans des domaines tels que :

- L'appui technique (conception des produits, technologie, équipement, innovation).
- La gestion de la qualité, la normalisation et la certification.
- Les études de marché et les stratégies commerciales (y compris la participation aux foires internationales et aux forums de promotion des affaires).
- L'accès au crédit, les facilités et incitations financières.
- La gestion (modernisation, gestion financière, gestion des stocks).
- Les conseils en matière juridique (contrats, codes de conduite, conciliation ou règlement des conflits).
- Gestion des ressources humaines (formation).

Les entreprises peuvent obtenir ces informations directement - sous forme d'études, de conseils, de formation, de séminaires de sensibilisation et de foires industrielles - ou bien être orientées vers les organismes spécialisés compétents.

2.2.5 Le Conseil National Chargé de la Promotion de la Sous-traitance :

Le décret exécutif n° 03-188 du 22 Avril 2003 ⁹³ fixe les attributions, la composition, l'organisation et le fonctionnement du Conseil National chargé de la Promotion de la Sous-traitance. Ce Conseil est présidé par le Ministre Chargé de la PME et il est composé de représentants de tous les Ministères.

Il a pour missions de :

- Proposer toute mesure destinée à réaliser une meilleure intégration de l'économie nationale.
- Favoriser l'insertion des PME dans le courant mondial de la sous-traitance.
- Promouvoir les opérations de partenariat avec les grands donneurs d'ordres tant nationaux qu'étrangers.
- Coordonner les activités des bourses algériennes de sous-traitance et de partenariat.
- Favoriser la valorisation du potentiel des PME en matière de sous-traitance.

Le Conseil est ainsi appelé à ⁹⁴:

- Organiser ou participer à l'organisation de rencontres, manifestations et journées d'études tant au niveau national qu'à l'étranger, dont l'objet sera la promotion de la sous-traitance.
- Réaliser toute action et étude pouvant concourir à la promotion de la sous-traitance sur les marchés nationaux et étrangers.
- Etablir des relations de partenariat en la matière et conclure des accords de coopération avec les organisations homologues ou similaires étrangères.
- Editer et diffuser toute publication en rapport avec son objet.
- Installer, en son sein, un centre de documentation chargé de la collecte, l'exploitation et la diffusion de l'ensemble des textes économiques se rapportant à la promotion de la sous-traitance et du partenariat entre les entreprises donneuses d'ordres et les sous-traitants.

⁹³ Décret exécutif n°03-188 du 22 avril 2003 portant composition, organisation et fonctionnement du conseil national chargé de la promotion de la sous-traitance J.O.R.A. N°29, du 23 avril 2003.

⁹⁴ <http://www.cnc-PME.org/modules/content/index.php?id=101>

- Promouvoir les activités de sous-traitance et de partenariat par un soutien aux bourses existantes ou à créer.
- Travailler à promouvoir le développement et la modernisation du système d'information à même de permettre aux grandes Entreprises et aux opérateurs économiques nationaux de sous-traitance de se connaître mutuellement.

2.2.6 La Caisse de Garantie des Crédits d'Investissement pour les PME (CGCI/PME)⁹⁵ :

La CGCI-PME a été créée à l'initiative des pouvoirs publics pour soutenir la création et le développement de la PME, en lui facilitant l'accès au crédit. Société par actions, la CGCI est régie par le code de commerce et le décret n° 04-134 du 19 avril 2004 portant statuts de la Caisse⁹⁶.

Dans ce cadre, elle apporte sa garantie à tous les financements d'investissement des PME, à l'exception des activités agricoles, de commerce et des crédits à la consommation. En clair, la garantie de la Caisse couvre les risques d'insolvabilité ou de non remboursement des crédits d'investissement encourus par les banques et les établissements financiers à l'occasion du financement de projets d'investissement de création ou de développement des PME.

La garantie de la CGCI s'exerce selon des modalités bien précises, à savoir la couverture du risque à 80% dans le cas d'un financement de création d'entreprise et la couverture du risque à 60% pour les projets de développement d'activités de production.

On peut également dire qu'elle complète les autres dispositifs d'aide au financement bancaire de la PME, constitués par l'ANSEJ, le FGAR, la CNAC, l'ANGEMÍ

La CGCI est dotée d'un capital social de 20 milliards de dinars, souscrit respectivement à hauteur de 60% et 40% par le Trésor public et les six banques publiques (BNA, BEA, CPA, BDL, BADR et CNEP Banque).

⁹⁵ BELHABIB F., A. BELKESSAM., *La Caisse peut garantir 6 000 projets d'investissements PME*, Le Point Economique, N°64, 14 février 2007, p. 38.

⁹⁶ Décret présidentiel, N°04-134 du 19 avril 2004, portant statuts de la caisse de garantie des crédits d'investissements pour les Petite et Moyenne Entreprise, J.O.R.A. N°27 du 28 avril 2004, p24.

2.2.7 L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) :

La promulgation d'un nouveau dispositif d'encouragement et de promotion des investissements par l'Ordonnance n° 01-03 du 20 août 2001 relative au développement de l'investissement a été accompagnée par la création de l'ANDI, Agence Nationale de Développement de l'Investissement.

Le décret exécutif n°01-282 du 24 septembre 2001⁹⁷ fixe les attributions, l'organisation et le fonctionnement de l'agence (complété par décret exécutif N°06-356)⁹⁸. Elle est dotée d'un statut d'établissement public à caractère administratif, d'une personnalité morale et d'une autonomie financière. Elle est placée sous la tutelle du ministère chargé de la promotion des investissements. L'ANDI est chargée du développement et du suivi des investissements nationaux et étrangers. Elle a pour mission :

- Assurer la promotion, le développement et le suivi des investissements nationaux et étrangers.
- Accueillir, informer et assister les investisseurs résidents et non résidents.
- Faciliter l'accomplissement des formalités constitutives des entreprises et de réalisation des projets à travers un guichet unique décentralisé.
- Octroyer les avantages liés à l'investissement.
- Gérer les fonds d'appui à l'investissement.
- S'assurer du respect des engagements souscrits par les investisseurs durant la phase d'exonération.

Elle vise à faciliter l'accomplissement des formalités administratives relatives au lancement des projets de création d'entreprise grâce à **un guichet unique décentralisé**, au niveau de chaque wilaya et regroupant les représentants locaux de l'agence et les organismes et administrations concernés par l'investissement. Il est créé (GUD) pour assurer une fluidité optimale des opérations d'investissements et d'être l'interlocuteur unique des investisseurs.

⁹⁷ Décret exécutif n°01-282 du 24 septembre 2001 portant attribution, organisation et fonctionnement de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement J.O.R.A. N°55, du 26 septembre 2001.

⁹⁸ Décret exécutif n°06-356 du 09 octobre 2006 portant attribution, organisation et fonctionnement de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement J.O.R.A. N°64, du 11 octobre 2006.

2.2.8 L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) :

L'ANSEJ a été Créée en 1996 par le décret exécutif⁹⁹ n° 96-296 du 8 septembre 1996, complété par le décret exécutif ¹⁰⁰N° 03-288 du 6 septembre 2003, elle est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Elle a pour missions de :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement. (Micro-entreprise).
- Notifier aux jeunes promoteurs les différentes aides du fonds national de soutien à l'emploi des jeunes et autres avantages qu'ils ont obtenus.
- Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers de charge qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements.
- Encourager toute autre forme d'action et de mesures tendant à promouvoir la création et l'extension d'activités des Micro-entreprise.

Au 31 décembre 2006, Plus de 80000 micro entreprise ont été créer à travers le dispositif ANSEJ. Elles ont permis de générer plus de 230000 emplois.

Parmi ces 81474 projets, 71999 ont bénéficié d'un financement triangulaire (ANSEJ/Promoteur/Banque) ayant généré 204521 emplois. 6192 projets ont bénéficié d'un financement mixte (ANSEJ/Promoteur) ayant généré 15868 emplois. Quant aux projets créés dans le cadre de l'autofinancement, ils sont au nombre de 3285 ayant généré 11157 emplois.

⁹⁹ Décret exécutif n°96-296 du 08 septembre 1996 relatif à la création de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes, J.O.R.A. N°52, du 11 septembre 1996.

¹⁰⁰ Décret exécutif n°03-288 du 06 septembre 2003 portant création et fixant les statuts de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes, J.O.R.A. N°54, du 10 septembre 2003.

2.2.9 La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) :

La Caisse Nationale d'Assurance Chômage a été Créée par le décret exécutif ¹⁰¹ n° 94-188 du 6 juillet 1994 complété par le décret ¹⁰²n° 04-01 du 3 janvier 2004. La CNAC est un organisme à gestion spécifique. Elle a pour principales missions :

- Tenir à jour le fichier des affiliés et d'assurer le recouvrement, le contrôle et le contentieux du recouvrement de l'assurance chômage.
- Gérer les prestations servies au titre du risque qu'elle couvre.
- Aider et soutenir, en relation avec les services publics de l'emploi et les administrations de la commune et de la wilaya, la réinsertion dans la vie active des chômeurs régulièrement admis au bénéfice des prestations de l'assurance chômage.
- Organiser le contrôle prévu par la législation en vigueur en matière d'assurance chômage.
- Constituer et maintenir un fonds de réserve lui permettant de faire face en toute circonstance à ses obligations vis-à-vis des bénéficiaires.
- Participer, en partenariat avec les institutions financières au développement de la création d'activités au profit des chômeurs à sa charge notamment les chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans.
- aider les entreprises en difficulté dans leurs actions de préservation de l'emploi selon des formes et modalités arrêtées par convention.

¹⁰¹ Décret exécutif n°94-188 du 06 juillet 1994 portant statut de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage, J.O.R.A. N°44, du 07 juillet 1994.

¹⁰² Décret exécutif n°04-01 du 03 janvier 2004 portant statut de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage, J.O.R.A. N°03, du 11 janvier 2004.

Conclusion :

Malgré les différents programmes d'aide et de soutien au développement et la promotion du secteur de la PME, le nombre de PME reste faible en comparaison avec les pays voisins comme le Maroc et la Tunisie. Cette faiblesse s'explique par les différentes contraintes qui affectent leur développement et leur croissance. Ce qui rend le processus de mise à niveau plus complexe.

La difficulté de la mise à niveau provient, au plan macroéconomique, de l'environnement des entreprises industrielles privées qui n'est pas propice au renforcement de la compétitivité des entreprises et à leur développement : accès difficile au crédit bancaire, problèmes relatifs au domaine foncier industriel, lourdeur et lenteur des formalités administratives, insuffisance du système d'information et concurrence des « entreprises » de l'économie informelle. Sur le plan microéconomique, les chefs d'entreprise sont peu enclins à se préoccuper de l'avenir et des évolutions attendues des marchés. Ils travaillent le plus souvent seuls, sans ressources humaines de qualité autres que la famille proche, ils relèguent au second plan les aspects d'organisation, de stratégie, de gestion des ressources humaines et de gestion financière.

Après avoir donné un aperçu global sur le secteur de la PME en Algérie, nous analyserons dans le dernier chapitre le comportement des PME face à l'exportation. Leurs importances dans le développement des exportations hors hydrocarbures ainsi que les contraintes affectant le processus de l'exportation.

Introduction :

L'économie algérienne se caractérise par une très forte dépendance vis-à-vis des exportations d'hydrocarbures. «Etant donné le poids écrasant des hydrocarbures dans les recettes d'exportation, les fluctuations du prix de cette matière première sur le marché international constituent un élément potentiellement déstabilisateur pour toute politique de développement à moyen et long termes »¹⁰³

Le manque de diversification des exportations fragilise considérablement les perspectives de croissance soutenue sur une longue période de l'économie algérienne. Ce qui nécessite de façon impérieuse la promotion et le développement de la diversification des activités d'exportation hors hydrocarbures.

C'est dans cette optique que la PME doit jouer un rôle essentiel dans le développement des exportations hors hydrocarbures. Cependant, on constate que les PME algériennes restent tournées vers le marché intérieur. Ainsi, seule 500 PME exportent¹⁰⁴. Ce qui nous amène à dire que l'exportation reste toujours un maillon faible dans notre économie nationale. La cause en est essentiellement dûe aux contraintes et entraves qu'elles rencontrent dans l'exercice de ses activités.

Pour remédier à cette faiblesse, les pouvoirs publics ont mis l'accent sur le développement des exportations hors hydrocarbures. Mettant, ainsi, en place des mesures d'encadrement destinées à promouvoir la production algérienne sur les marchés extérieurs.

Ce quatrième chapitre s'articule autour de deux sections. La première section est consacrée à l'étude de l'évolution du cadre réglementaire de l'exportation ainsi que les statistiques relatives au commerce extérieur en général et aux exportations hors hydrocarbures de manière spécifique. Nous aborderons également les différentes contraintes que rencontrent les PME exportatrices et les mesures de soutien. La seconde section sera consacrée quant, à elle, à l'étude de cas des PME de la wilaya d'Oran face aux défis de l'exportation.

¹⁰³HEDIR M., *L'économie algérienne à l'épreuve de l'OMC*, Editions ANEP, Alger, 2003, p. 256.

¹⁰⁴ Source CNAS 2006

Section 1: Le cadre général de l'exportation en Algérie

1.1 Le cadre réglementaire de l'exportation :

Plusieurs lois (textes législatifs), ont été promulguées dans le cadre de la libéralisation du commerce extérieur :

- **Décret exécutif n° 91-37 du 13 février 1991 relatif aux conditions d'intervention en matière de commerce extérieur.**

Ce décret définit les conditions d'intervention des commerçants et des personnes morales assimilées (grossiste) dans le domaine du commerce extérieur.

- **Décret exécutif n° 94-90 du 10 avril 1994 relatif au contrôle de qualité et de conformité des produits destinés à l'exportation.**

Les produits destinés à l'exportation, doivent être accompagnés, au moment de leur sortie du territoire national, d'un certificat d'inspection attestant de leur conformité et de leur qualité.

Le certificat d'inspection est délivré par l'exportateur lui-même qui utilise ses propres moyens de contrôle ou qui recourt aux prestations de services d'un laboratoire d'analyses ou d'un organisme de contrôle compétent.

- **Ordonnance n° 96-06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation.**

Outre le recouvrement des droits liés aux opérations d'exportation, l'assurance crédit à l'exportation garantit également les exportateurs contre les risques commerciaux, politiques, et contre les risques de non transfert et les risques de catastrophes.

Cette assurance peut être souscrite par toute personne physique ou morale résidente, réalisant des exportations au départ de l'Algérie.

Cette ordonnance définit le contenu des risques, l'étendue de la garantie et de la subrogation. Enfin, elle définit le régime de l'assurance.

- **l'Ordonnance n° 03-04 du 19 juillet 2003 relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation et d'exportation marchandises** (JO n°43 du 20 Juillet 2003) est venue combler le vide juridique constaté depuis le démonopolisation du commerce extérieur.

- **Décret exécutif n°07-102 du 02 avril 2007 fixant les conditions d'exportation de certains produits, matériels et marchandises.**

1.2 Tendances générales de l'évolution du commerce extérieur :

Le commerce extérieur algérien a enregistré ¹⁰⁵ au cours de l'année 2007 un excédant de la balance commerciale de 32 532 millions dollars US, soit une faible diminution par rapport à l'année 2006. Ceci est dû à l'augmentation des importations de 28,79 % passant de 21 456 millions dollars en 2006 à 27 631 millions dollars US pour la période de 2007.

1.2.1 Évolution des principaux indicateurs du commerce extérieur :

L'évolution des principaux indicateurs du commerce extérieur de 1998 à 2007 est synthétisée dans le tableau suivant :

Tableau 12 : Evolution des principaux indicateurs du commerce extérieur en Algérie (1998-2007)

Unité : millions \$ US

<i>Indicateur \ Années</i>	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Exportations	10 209	12 525	22 031	19 132	18 799	24 308	31 304	46 001	54 613	60 163
Importations	9 400	9 161	9 171	9 940	11 969	12 380	18 168	20 357	21 456	27 631
Balance commerciale	809	3 364	12 860	9 192	6 830	11 928	13 136	25 644	33 157	32 532
Taux de couverture	108,61	136,72	240,22	192,47	157,06	196,35	172,30	225,97	254,53	217,74

Source : Elaboré à partir des données de la direction générale des douanes (CNIS).

¹⁰⁵ Selon les données de la direction générale des douanes (CNIS)

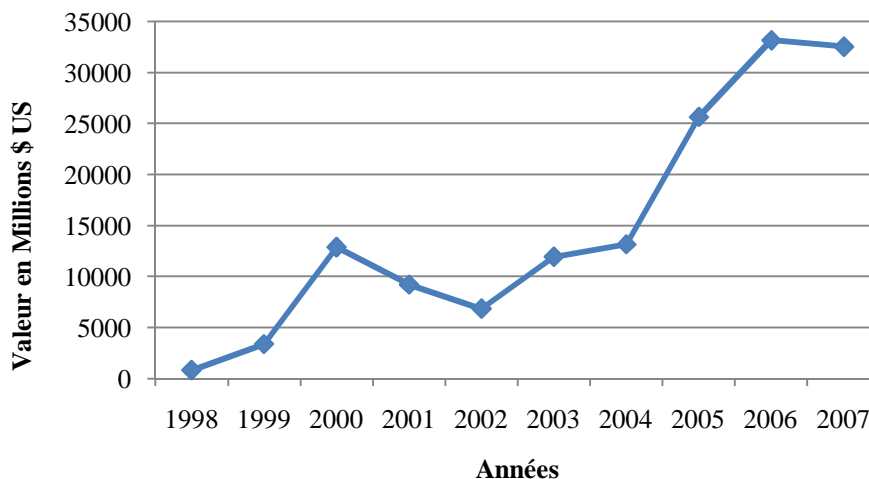


Figure 13: Evolution de la balance commerciale (1998-2007)

A la lecture de cette figure, nous remarquons un excédant de la balance commerciale durant la période étudiée. Étant donné le volume des exportations qui dépasse celui des importations. L'évolution la plus remarquable est enregistrée entre 1999 avec 3 364 millions \$ US et l'année 2000 avec 12 860 millions \$ US où le solde a presque quadruplé. Cette considérable évolution est due essentiellement à l'accroissement du volume des exportations qui a enregistré un taux d'évolution de 75,89 % durant la même période.

Entre 2001 et 2002, nous constatons une légère diminution du solde, qui est dû à la baisse du volume des exportations. De 2003 jusqu'à 2006, une évolution continue est remarquée, notamment en 2005 où le solde a presque doublé. Enfin, pour l'année 2007, nous remarquons une légère baisse du solde dû à l'accroissement du volume des importations (voir tableau 12).

L'évolution du solde de la balance commerciale est étroitement liée au mouvement des exportations et des importations. Quant au taux de couverture, ils connaissent le même rythme d'évolution.

1.2.2 Evolution des exportations de l'Algérie :

Le tableau ci-dessous fait apparaître le poids écrasant des exportations hydrocarbures et son évolution durant la période 1998-2007.

Tableau 13 : Evolution des exportations d'hydrocarbures et hors hydrocarbures (1998-2007)

Unité : millions \$US

Indicateur \ Années	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Exportation Hydrocarbures	9 839	12 085	21 420	18 484	18 065	23 739	30 579	45 095	53 429	58 831
Exportation hors Hydrocarbures	370	440	611	648	734	569	725	906	1184	1332
Total Général	10 209	12 525	22 031	19 132	18 799	24 308	31 304	46 001	54 613	60 163

Source : Élaboré à partir des données de la direction générale des douanes (CNIS).

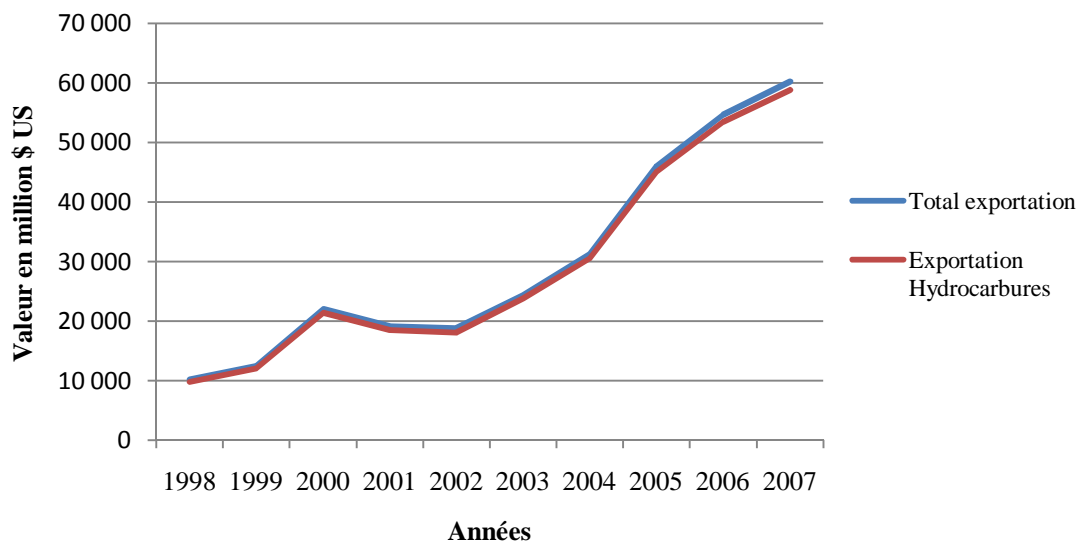


Figure 14: Evolution du total des exportations et des exportations d'hydrocarbures durant la période 1998-2007

D'après la figure, nous constatons l'importante évolution des exportations d'hydrocarbures à un rythme continu durant cette période. En l'an 2000, on a enregistré une remarquable accélération du mouvement des exportations d'hydrocarbures puisque leurs parts a grimpée de 12 085 millions *dollars US* en 1999, à 21 420 millions *dollars US* en 2000. Résultat de l'importante augmentation du prix de cette matière première sur le marché international.

Les exportations de hydrocarbures continuent de représenter l'ensemble de nos ventes à l'étranger durant la période considérée avec une part de 97,8 % du volume global des exportations et une hausse de 8,94 % par rapport à l'année 2006.

Et comme le montre si bien la figure 14, la courbe des exportations globales évolue de manière étroitement imbriquée avec celle des exportations des hydrocarbures. Ce qui pousse à confondre entre l'ensemble des exportations et celles des hydrocarbures.

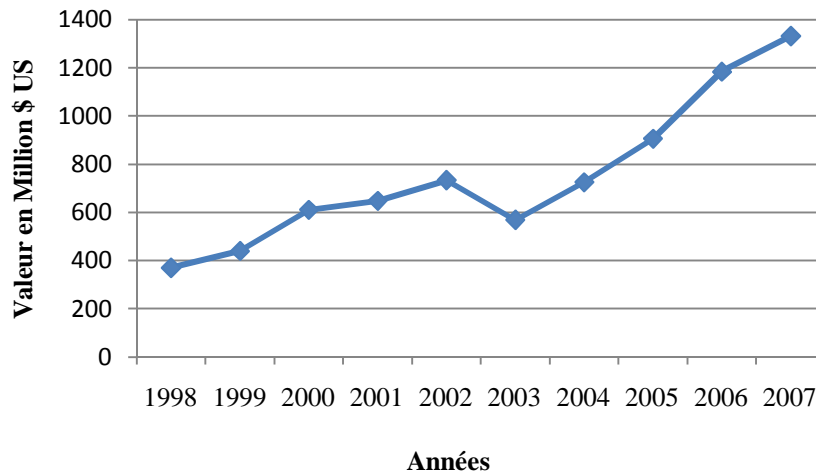


Figure 15: Evolution des exportations hors hydrocarbures

Les exportations hors hydrocarbures connaissent une évolution, certainement lente en la comparant avec l'augmentation rapide des exportations des hydrocarbures. Mais, elle reste réelle durant cette même période, ce qui est illustré à travers la figure ci-dessus.

Cependant, ces exportations ne dépassent pas les 5% du total des exportations. Ce qui rend en réalité cette évolution masquée par celle des hydrocarbures qui est nettement plus évidente.

1.2.3 Répartition des exportations hors hydrocarbures par groupe d'utilisation :

Les exportations hors hydrocarbures, demeurent marginales, avec seulement 2,2% du volume global des exportations soit une valeur de 1,33 Milliards de Dollars US. Elles ont enregistré une augmentation de près de 11% par rapport à l'année 2006. La structure de ces exportations est exposée dans le tableau suivant :

Tableau 14 : Répartition des exportations hors hydrocarbures par groupe d'utilisation en valeur-

(Unité : millions \$US)

Années \ Groupe d'utilisation	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Alimentation	33	24	32	28	34	50	59	67	73	90
Produits Bruts	45	41	43	37	51	53	93	134	195	169
Demi-produits	256	283	465	504	551	415	518	655	828	992
Biens d'Equipement, Agric.	7	25	11	22	20	1	1	0	1	1
Biens d'Equipement, Indust.	11	47	47	45	51	22	40	36	44	46
Biens de Consommation	18	20	13	12	27	28	14	14	43	34
Total	370	440	611	648	734	569	725	906	1184	1332

Source : Élaboré à partir des données de la direction générale des douanes (CNIS).

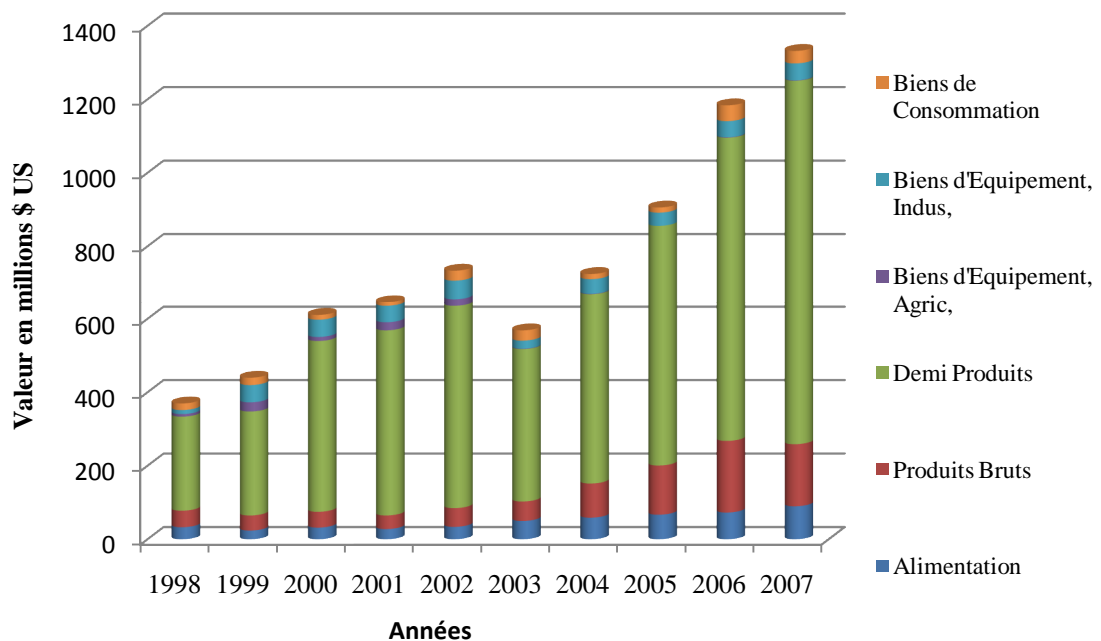


Figure 16: Répartition des exportations hors hydrocarbures par groupe d'utilisation durant la période 1998-2007

1.2.4 Les principaux clients de l'Algérie hors hydrocarbures :

La répartition par pays pour les principaux clients de l'Algérie se présente ainsi :

Tableau 16 : Les principaux clients de l'Algérie hors hydrocarbures (2007)

Unité : millions \$US

Pays	Valeur	%
France	333	25
Espagne	155,44	11,67
Italie	145,59	10,93
Maroc	112,69	8,46
Belgique	109,89	8,25
Pays Bas	93,11	6,99
Turquie	70,20	5,27
Tunisie	59,01	4,43
USA	28,64	2,15
Inde	25,97	1,95
Portugal	24,64	1,85
Niger	17,85	1,34
Autres	155,98	11,71
Total	1332	100

Source : Élaboré à partir des données de la direction générale des douanes (CNIS).

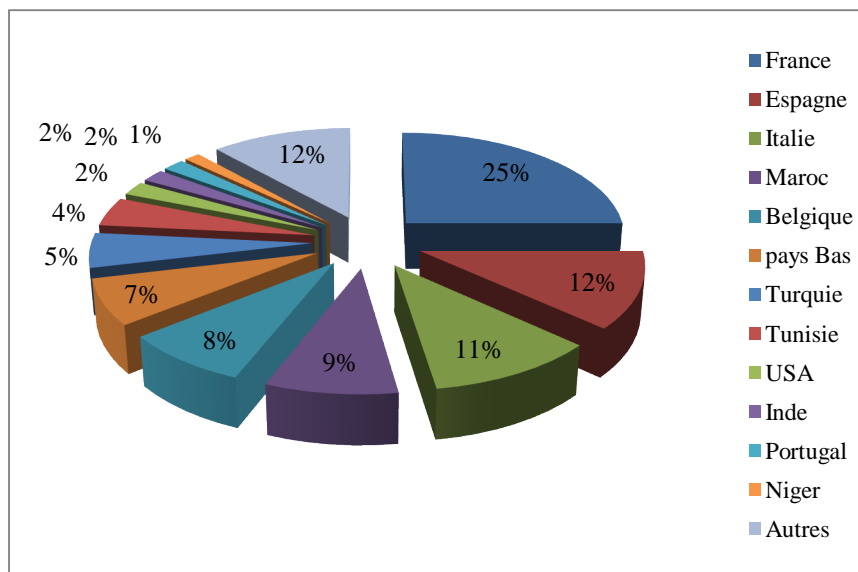


Figure 17 : Principaux clients de l'Algérie hors hydrocarbures pour l'année 2007

La figure ci-dessus nous retrace la répartition des exportations hors hydrocarbures par régions économiques pour l'année 2007. Cette répartition fait ressortir la part dominante de l'Union Européenne avec un montant de 862 millions de dollars US soit 56% du total des exportations hors hydrocarbures. La France occupe la première place avec une part de 25 % soit 333 millions *dollars US* suivit de l'Espagne et de l'Italie avec une part respective de 12 et 11%.

Pour ce qui est des pays du Maghreb, le Maroc occupe la première place avec une part de 8,46% soit 112,69 millions *dollars US*. Suivi de la Tunisie avec une part de presque 5%. Les USA, l'Inde, le Portugal et le Niger se partagent entre eux de minces parts. Il en est de même pour les autres qui ne sont pas dévoilé par la direction générale de douane.

1.2.5 Les principaux produits exportés hors hydrocarbures :

Tableau 17 : Les principaux produits exportés hors hydrocarbures

Unité : Millions \$US

Principaux produits	2006		2007	
	Valeurs	STR (%)	Valeurs	STR (%)
Huiles et Autres produits provenant de la distillation des goudrons	82	6,93	326	24,83
Ammoniacs anhydres	160	13,51	182	13,85
Produits laminés plats en Fer	118	9,97	113	8,6
Déchets et débris de Cuivre	101	8,53	77	5,85
Zinc sous forme brute	81	6,84	65	4,97
Alcools acycliques	31	2,62	37	2,85
Hydrogènes (Argon)	25	2,11	30	2,29
Pneumatiques neufs en caoutchouc	19	1,6	23	1,76
Dattes	20	1,69	23	1,72
Eaux minérales et gazeuses	7	0,59	17	1,29
<i>Sous Total</i>	<i>644</i>	<i>54,39</i>	<i>893</i>	<i>68,01</i>
Total	1 184	100	1 332	100

Source : Élaboré à partir des données de la direction générale des douanes (CNIS).

Le tableau ci-dessus, nous retrace les principaux produits exportés hors hydrocarbures durant la période 2006-2007. En 2006, l'ammoniacs anhydres était classé en première position avec une part de 13,65% soit une valeur de 118 Millions \$US. Les produits laminés plats en Fer viennent en deuxième position avec une part de 9,97%, suivi des déchets et débris de Cuivre ainsi que le Zinc sous forme brut, les huiles et autres produits provenant de la distillation des goudrons avec des parts respectives de 8,53%, 6,84 et 6,93%.

Pour l'année 2007, l'huile et autres produits provenant de la distillation des goudrons ont pris les devants avec une part de 24,83%, qui a presque quadruplé. Quant aux autres produits leurs parts ont relativement diminué.

1.3 Les mesures de soutien pour la promotion des exportations hors

hydrocarbures :

Le développement des exportations hors hydrocarbures en Algérie est, depuis plus d'une décennie, au centre d'une attention particulière des pouvoirs publics qui ont mis en place des mesures d'encadrement destinées à promouvoir la production algérienne sur les marchés extérieurs.

Cette démarche s'est traduite depuis 1995 par la mise en œuvre de mesures incitatives et de facilitations qui se résument comme suit :

1.3.1 Les mesures institutionnelles :

La politique de promotion des exportations hors hydrocarbures qu'ont entreprise les pouvoirs publics, a nécessité la création de diverses structures et programmes d'appui.

Cette amélioration du cadre institutionnel s'est traduite par la création de :

1.3.1.1 L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) :

Dénommé, anciennement, *PROMEX* (Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur), l'Agence nationale de promotion du commerce extérieur a été créée en vertu des dispositions du décret exécutif ¹⁰⁶n° 04-174 du 12 Juin 2004 qui portent sur la création, l'organisation et le fonctionnement de cette Agence.

Il s'agit d'un établissement public à caractère administratif, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. L'Agence est placée sous la tutelle du ministre chargé du commerce extérieur. Cette Agence a pour objectif de contribuer aux efforts de promotion du produit algérien et de diversification de ses exportations.

¹⁰⁶ Décret exécutif n° 04-174 du 12 juin 2004 portant création, organisation et fonctionnement de l'Agence nationale de promotion du commerce extérieur, J.O.R.A N° 39, du 16 juin 2004.

Le décret exécutif n° 04-174 précise les prérogatives de l'Agence. Ainsi celle-ci est-elle chargée de :

- Participer à la définition de la stratégie de promotion du commerce extérieur et à sa mise en œuvre après son adoption par les instances concernées.
- Analyser les marchés mondiaux et réaliser des études prospectives globales et sectorielles sur les marchés extérieurs.
- Elaborer un rapport annuel d'évaluation sur la politique et les programmes d'exportation.
- Mettre en place et gérer les systèmes d'informations statistiques sectorielles et globales sur le potentiel national à l'exportation et sur les marchés extérieurs.
- Mettre en place un système de veille sur les marchés internationaux et leur impact sur les échanges commerciaux de l'Algérie.
- Concevoir et diffuser des publications spécialisées et notes de conjoncture en matière de commerce international.
- Suivre et encadrer la participation des opérateurs économiques nationaux aux différentes manifestations économiques, foires, expositions et salons spécialisés se tenant à l'étranger.
- Assister les opérateurs économiques pour le développement d'actions de communication, d'information et de promotion relatives aux produits et services destinés à l'exportation.
- L'Agence peut, en outre, assurer des activités rémunérées dans le domaine du perfectionnement, de l'initiation aux techniques de l'exportation et aux règles du commerce international, ainsi que toute autre prestation dans les domaines de l'assistance ou de l'expertise aux administrations et entreprises, en relation avec la vocation de l'établissement.

1.3.1.2 La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX) :

La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportateurs (CAGEX) est une société par actions régie, notamment, par l'article 4 de l'ordonnance ¹⁰⁷ N° 96-06 du 10 octobre 1996.

¹⁰⁷ Ordonnance n°96-06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance crédit à l'exportation, J.O.R.A N°04, du 17 janvier 1996.

Le décret N° 96-235 du 2 juillet 1996¹⁰⁸ fixe les règles de fonctionnement de la compagnie. L'assurance-crédit à l'exportation garantit le recouvrement des droits liés aux opérations d'exportation, contre les risques commerciaux, politiques, de non-transfert et des catastrophes.

Le décret définit les risques commerciaux, l'étendue de la garantie, la subrogation et le régime de l'assurance.

Le capital social de la CAGEX est réparti à parts égales entre les actionnaires constituées de cinq banques publiques (BNA, BEA, CPA, BADR, BDL) et de cinq compagnies d'assurances publiques : (SAA, CAAR, CAAT, CCR, CNMA).

Elle est chargée de :

- Couvrir les risques commerciaux liés aux exportations.
- Garantir les paiements en cas de financement.
- Constituer des banques de données en matière d'information économique.
- Assistance des exportateurs pour la promotion des exportations et l'indemnisation et le recouvrement des créances.

La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations assure pour :

- Son propre compte et sous le contrôle de l'Etat, les risques commerciaux.
- Le compte de l'Etat et sous son contrôle, les risques politiques, les risques de non transfert et les risques de catastrophes naturelles.

1.3.1.3 La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI)

La CACI a été créée par décret exécutif ¹⁰⁹ n°96-94 du 03 mars 1996. C'est un établissement à caractère commercial et industriel. Elle est constituée des chambres de commerces et d'industrie, réparties à travers le territoire national. Elle prend en charge les intérêts professionnels des milieux d'affaires en concertation avec les pouvoirs publics.

¹⁰⁸ Décret exécutif n°96-235 du 02 juillet 1996, portant modalités d'établissement de la Compagnie algérienne d'assurance et de garantie des exportations, J.O.R.A N°41, du 03 juillet 1996.

¹⁰⁹ Décret exécutif n°96-94 du 03 mars 1996 portant création de la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI), J.O.R.A. N°16, du 03 mars 1996.

Conformément à ses missions définies, la CACI est chargée de mettre à la disposition de ses adhérents :

- Une banque de données concernant l'ensemble des entreprises algériennes (les coordonnées, l'activité, les produits fabriqués, etc.).
- La certification de documents commerciaux.
- La recherche de partenaires étrangers à travers le BRE (Bureau de Rapprochement des Entreprises) initié par l'Union Européenne.
- L'organisation de toute manifestation économique tels que : foire, salon et séminaire visant la promotion et le développement des activités industrielles, commerciales ou de service.

1.3.1.4 La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX) :

La Société Algérienne des Foires et Exportations « SAFEX » est issue de la restructuration de l'ex ONAFEX.

La Société Algérienne des Foires et des Exportations SPA, est une société à capitaux publics par actions pour une durée de 99 ans.

La SAFEX a su développer des liens avec les PME qui participent souvent aux foires et salons spécialisés. Elle assiste ses clients dans la prospection uniquement, par la facilitation du déroulement des expositions en assurant l'aspect logistique.

La SAFEX a pour objet, tel de contribuer au développement et à la promotion des activités commerciales. Elle intervient en promouvant les échanges commerciaux au moyen d'une assistance aux entreprises clientes en matière de :

- Réglementation du commerce international.
- Etudes et prospections commerciales.
- Mises en relation d'affaire.
- Procédures d'exportation.
- Location d'espaces publicitaires.
- Organisations de séminaires, conférences, congrès...

Les prestations offertes par la SAFEX concernent :

- L'organisation des foires, salons spécialisés et expositions à caractère régional, national ou international.
- L'assistance vis-à-vis des opérateurs économiques en matière de commerce extérieur.
- La publication de catalogues commerciaux et publicitaires.

1.3.1.5 L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL) :

L'Association Nationale des Exportateurs Algériens « ANEXAL » a été créée le 10 juin 2001 dans le but de défendre les intérêts des exportateurs algériens et de faciliter leurs activités. Parmi les 400 exportateurs algériens, l'ANEXAL regroupe plus d'une centaine. Les produits exportés couvrent essentiellement les biens et produits suivants (par ordre d'importance) : les produits semi-finis, les biens d'équipements industriels, les produits bruts comme le liège et les cuirs et les biens alimentaires.

Les principales missions de l'ANEXAL sont :

- Regrouper les exportateurs algériens pour constituer un espace privilégié d'écoute, une force de consultation et de proposition. Elle constitue de fait un trait d'union entre les exportateurs, les agents impliqués dans ce domaine (douane, banques, assurance, transitaires, transporteurs,...) et les pouvoirs publics.
- Promouvoir des actions communes pour mieux exporter.
- Participer activement et en synergie avec les pouvoirs publics aux actions de promotion des exportations hors hydrocarbures.
- Favoriser des partenariats avec des programmes d'appui internationaux à l'image de la Société Financière Internationale (SFI) filiale du groupe Banque Mondiale, l'Euro Développement (Programme MEDA de l'UE), de l'Unité de gestion et d'Exécution du projet GTZ (Coopération Algéro-Allemande) etc., pour l'assistance aux entreprises Algériennes.
- Favoriser et encourager les actions de mise à niveau des PME.
- Favoriser le partenariat avec les chambres de commerce et créer des délégations régionales ANEXAL.
- Encourager et promouvoir le plus grand nombre d'adhésions.

Les prestations fournies par l'ANEXAL sont les suivantes ¹¹⁰ :

- L'orientation et l'assistance des opérateurs économiques ;
- La collecte et la diffusion d'informations à caractère économique et commercial ;
- La connexion aux réseaux d'informations internationaux et la recherche de partenaires.
- L'organisation et l'animation de formations relatives aux techniques indispensables dans l'activité d'exportation.
- L'organisation et la participation aux foires et salons spécialisés en Algérie et à l'étranger.
- L'assistance technique en matière de mise à niveau de l'appareil de production pour assurer le développement des capacités d'exportation des opérateurs nationaux.

1.3.1.6 Le Conseil National Consultatif de Promotion des Exportations (CNCPE) :

Le Conseil National Consultatif de Promotion des Exportations a été créé par décret exécutif n°04 -173 du 12 juin 2004. ¹¹¹

Le conseil a pour missions :

- Contribuer à définir les objectifs et la stratégie de développement des exportations.
- Procéder à l'évaluation des programmes et actions de promotion des exportations.
- Proposer toute mesure de nature institutionnelle, législative ou réglementaire pour faciliter l'expansion des exportations hors hydrocarbures.

1.3.1.7 Le Fond Spécial Pour la Promotion des Exportations (FSPE) :

Le Fonds Spécial Pour la Promotion des Exportations (FSPE) a été institué par l'ordonnance n° 95-27 du 31 décembre 1995¹¹², portant la loi de finances pour 1996. Il est

¹¹⁰ <http://exportateur-algerie.org/index.php>

¹¹¹ Décret exécutif n° 04-173 du 12 juin 2004 portant composition et fonctionnement du conseil national consultatif de promotion des exportations ; «Commerce Extérieur, J.O.R.A N°39 du 16 juin 2004.

¹¹² L'ordonnance n°95/27 du 31 décembre 1995, portant loi de finance 1996, notamment son article 195 relative à la création du « Fond Spécial pour la Promotion des Exportations », J.O.R.A N°82 du 31 décembre 1995.

destiné à apporter un soutien financier aux exportateurs dans leurs actions de promotion et de placement de leurs produits sur les marchés extérieurs.

Le décret n° 96-205 du 5 juin 1996 ¹¹³ fixe les modalités de fonctionnement du fonds spécial de promotion des exportations.

L'aide de l'État par le biais du FSPE est octroyée à toute entreprise résidente productrice de biens ou services et à tout commerçant régulièrement inscrit au registre de commerce opérant dans le domaine de l'exportation. Le montant de l'aide accordée est fixé par le Ministre du Commerce selon des pourcentages déterminés à l'avance, en fonction des ressources disponibles.

Cinq rubriques d'aides sont prévues :

- Les charges liées à l'étude des marchés extérieurs.
- La prise en charge partielle des frais des participations aux foires et expositions à l'étranger.
- Une partie des coûts de prospections des marchés extérieurs.
- Le coût de transport international et de manutention dans les ports algériens des marchandises destinées à l'exportation.
- Le financement des coûts liés à l'adaptation des produits aux marchés extérieurs.

1.3.1.8 Le programme Optimexport :

D'un coût de 2,1 millions de dollars, le programme Optimexport entre dans le cadre des efforts de promotion et de diversification des exportations hors hydrocarbures engagés par l'Algérie. Il s'agit d'un programme de renforcement des capacités exportatrices des PME algériennes. Optimexport a été lancé officiellement à Alger le 29 juin 2008. Il est cofinancé par le Ministère algérien du commerce et l'Agence Française de Développement (AFD). Il est destiné aux entreprises algériennes exportatrices ou à fort potentiel exportateur.

Sa mission consiste à appuyer techniquement les bénéficiaires du programme par la professionnalisation de leurs démarches de développement international à travers la formation aux métiers de l'exportation, l'information commerciale et la prospection des marchés extérieurs. Avec l'aide d'experts de l'Agence française de soutien des entreprises à l'étranger (Ubifrance),

¹¹³ Décret exécutif n°96-205 du 05 juin 1996, fixant les modalités de fonctionnement du compte d'affectation spéciale N°302 6 084 intitulé « Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations », J.O.R.A N°35 du 09 juin 1996.

Optimexport "examinera la place des exportations algériennes hors hydrocarbures dans le monde et proposera l'exploration des principales pistes de développement que les exportateurs pourront prospecter à l'aide d'actions collectives ou individuelles personnalisées".

A cet effet, Optimexport offrira aux entreprises algériennes déjà exportatrices la possibilité de postuler pour être membre du "Challenge Optimexport". Ainsi, les 30 à 40 entreprises sélectionnées pour cette opération pourront concrètement et rapidement mettre en œuvre les bénéfices des programmes de renforcement par la formation et l'accompagnement sur les marchés extérieurs appelés "Oser l'international en exportant". Outre, des sessions de sensibilisation réservées aux exportateurs débutants, le programme prévoit également des appuis spécifiques aux auxiliaires et conseillers à l'export et aux formateurs.

1.3.2 L'appui financier :

1.3.2.1 Les aides financières par le biais du Fond Spécial pour la Promotion des Exportation (FSPE) :

Les entreprises exportatrices ou qui s'approprient à le devenir peuvent bénéficier d'aides financières pour l'exportation par le biais du FSPE.

Ces aides sont classées en trois catégories, comme suit :

➤ *Les aides pour la participation aux foires et salons et expositions :*

Les salons, foires et expositions sont, pour les PME, les voies les plus efficaces et les moins coûteuses lorsque l'objectif recherché est la promotion des exportations. C'est pourquoi, les aides financières que le FSPE attribue aux entreprises algériennes qui participent aux foires, salons et expositions représentent, pour les PME, une mesure de soutien adaptée à leurs besoins. Le taux de remboursement varie entre 50 % dans le cas d'une participation individuelle et 80 % dans le cas d'une participation aux foires inscrites au programme officiel.

➤ *Les aides financières liées au transport international et aux manutentions au niveau des ports algériens :*

Quelque soit la taille de l'entreprise, les coûts de manutention et de transport constituent toujours des contraintes supplémentaires pour les entreprises exportatrices. En ce sens cette catégorie de coûts n'est pas toujours supportée par les concurrents. Ces contraintes sont d'autant plus pénalisantes, si l'entreprise qui les subies est une PME.

Les PME réalisent le transport et la manutention avec un coût moyen relativement élevé. On peut dire que cette catégorie d'aides financières constitue un soutien utile pour les PME dans leurs efforts de franchissement de barrières naturelles à l'exportation.

Le remboursement d'une partie des coûts de transit, manutention, et transport intérieur et international est à un taux uniforme de 25% pour toutes les destinations et tous les produits.

➤ ***Les aides financières liées aux études préalables à l'exportation :***

Outre le fait que les études préalables à l'exportation reviennent chères pour les PME, celles-ci dans la plupart des cas, n'ont ni les moyens ni la motivation suffisante pour réaliser ces études qui pourtant, leurs sont indispensables.

C'est ce qui fait que cette catégorie d'aides financières offertes aux entreprises exportatrices, présente un double intérêt pour les PME, à savoir :

- Incitation des dirigeants de Petite et Moyenne Entreprise à recourir aux experts en vue de réaliser des études de marchés fiables.
- Incitation des dirigeants de PME à réaliser des études de faisabilité, de profitabilité et de réalisabilité de l'idée d'exporter.

1.3.2.2 Les aides financières par le biais de la Compagnie Algérienne

d'Assurance et de Garantie des exportations :

La CAGEX se fixe deux catégories d'objectifs : les objectifs liés à la prise en charge des risques et les objectifs liés à l'assurance.

➤ ***La prise charge du risque :*** la CAGEX prend en charge deux types de risques :

- Les risques commerciaux liés aux exportations dans le cadre de la gestion du dispositif d'assurance de crédit de financement des exportations.
- Les risques politiques, les risques de non transfert et les risque de catastrophe naturelle pour le compte de l'Etat et sous son contrôle.

➤ ***L'assurance crédit à l'exportation :*** A coté de la prise en charge des risques suscités, la CAGEX réalise pour le compte des opérateurs économiques, l'assurance crédit à l'exportation par l'attribution des polices d'assurance suivantes :

- La police d'assurance globale : couvre l'ensemble du chiffre d'affaires annuel à l'exportation réalisé par l'exportateur et dont la durée de paiement ne dépasse pas les 180 jours, contre le non paiement des créances.
- La police d'assurance individuelle : le rôle de cette police est de couvrir les risques liés aux opérations d'exportation ponctuelles de biens d'équipement, de marchés de travaux publics et de prestation de services.
- La police d'assurance crédit acheteur : la CAGEX peut délivrer une garantie à la banque et une garantie à l'exportateur au titre du risque de fabrication ou d'interruption de marché lorsqu'un contrat bénéficie d'un financement par crédit acheteur.
- La police d'assurance prospection, foires et expositions : elle couvre les risques nés de participations aux foires et expositions, voire le risque de non rapatriement des matériels et/ou produits exposés, le risque de non transfert des fonds provenant de la vente sur place des dits matériels et /ou produits.

1.3.3 Les avantages fiscaux :

La législation fiscale Algérienne accorde de nombreux avantages pour les opérations d'exportations :

1.3.3.1 Exonération en matière d'impôts directs :

- Exonération permanente de l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS) et suppression de la condition de réinvestissement de leurs bénéfices ou leurs revenus, pour les opérations de vente et les services destinés à l'exportation (Article 138 du code des impôts directs et taxes assimilées modifié par l'Article 06 de Loi de Finances pour 2006).
- Exclusion de la base imposable de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) du chiffre d'affaires réalisé à l'exportation : n'est pas compris dans le chiffre d'affaires servant de la base à la TAP le montant des opérations de ventes, de transport ou de courtage portant sur des objets ou des marchandises destinés directement à l'exportation, y compris toutes les opérations de processing ainsi que les opérations de traitement pour la fabrication de produits pétroliers destinés directement à l'exportation (Article 220-3 du code des impôts directes et taxes assimilées).
- Suppression du versement forfaitaire VF (Article 209-3 C I D abrogé par l'Art 13 de la Loi de Finance 2006). Cette exonération s'applique au prorata du chiffre d'affaires réalisé en devises.

1.3.3.2 Exonération en matière de taxe sur le chiffre d'affaires :

- Exemption de la TVA pour les affaires de vente et de façon générale portant sur les marchandises exportées, sous certaines conditions (Article 13 du code des taxes sur le chiffre d'affaires).
- Franchise de la TVA pour les achats ou importations de marchandises, réalisés par un exportateur, destiné soit à l'exportation ou à la réexportation en l'état, soit à être incorporée dans la fabrication, la composition, le conditionnement ou l'emballage des produits destinés à l'exportation ainsi que les services liés directement à l'opération d'exportation. (Article 42-2 du code des taxes sur le chiffre d'affaires).
- Restitution de la TVA pour les opérations d'exportation de marchandises, de travaux, de services ou de livraison de produits pour lesquels la franchise à l'achat est autorisée par l'article 42 du code de TVA (Article 50 du code des taxes sur le chiffre d'affaires).

1.3.4 Les facilitations douanières :

Exonérées de droits de douane, les exportations sont particulièrement encouragées et facilitées. C'est ainsi que pour faire face aux préoccupations des exportateurs, l'administration des douanes a procédé à l'allègement de certaines procédures douanières telles que ¹¹⁴:

- La dispense de caution dans le cadre de l'admission temporaire d'emballages vides destinés aux marchandises à l'exportation et de marchandises pour perfectionnement actif (transformation) destinées à l'exportation. Celle-ci s'applique aussi pour les exportations temporaires de marchandises pour perfectionnement passif (ouvraison) destinées à l'exportation définitive.
- La visite sur site et le dédouanement à domicile.
- La vente en consignation ou « vente au mieux » est facilitée par le dépôt d'une déclaration d'exportation incomplète et par la possibilité de procéder après la vente des produits à une régularisation par le dépôt d'une déclaration complémentaire reprenant les éléments non communiqués lors de l'expédition.
- L'exportation sans formalités d'échantillons gratuits, dont la valeur commerciale est fixée à 30.000,00 DA.
- Le titre de passage en douane (TPD) pour les exportations réalisées par route.

¹¹⁴ Direction Générale des Douanes Algérienne, facilitations douanières.

- Le circuit vert, qui permet la validation de la déclaration d'exportation sans vérification des marchandises.
- Les magasins et aires de dépôt temporaires à l'exportation ou à la réexportation. Ils permettent aux exportateurs de placer leurs marchandises dans les locaux appropriés (dans les ports, aéroports, gare ferroviaire ou postes frontaliers terrestres) en attendant leur embarquement à destination de l'étranger et de libérer les intéressés de leurs obligations éventuelles envers l'administration des douanes, et le remboursement de la TVA et autres débours.
- Les exportations de marchandises vers les entrepôts étrangers (pour saisir d'éventuelles opportunités de ventes à partir de l'étranger), qui permettent aux exportateurs de déposer, lors de l'expédition, une déclaration d'exportation temporaire incomplète, à charge pour eux de procéder à sa régularisation après la vente par une déclaration complémentaire surtout en matière de contrôle des changes.
- Le carnet ATA qui constitue une procédure simplifiée d'admission temporaire, notamment pour les échantillons et pour la participation aux foires à l'étranger. Le carnet ATA qui est délivré exclusivement par la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI), est valable pendant un (01) an.

Les régimes économiques douaniers permettent aux entreprises qui transforment des produits de bénéficier de suspension de droits et taxes, à même de promouvoir les exportations.

La législation algérienne a prévu, fixé et défini ces régimes dans la loi n°79-07 du 21 juillet 1979 modifiée et complétée par la loi n°98-10 du 22 août 1998 portant code des douanes chapitre 07. Ces régimes comprennent :

- **L'entrepôt des douanes** : aux termes des articles de 129 à 164 du code des douanes « l'entrepôt des douanes est un régime douanier qui permet l'emménagement des marchandises sous contrôle douanier dans les locaux agréés par l'administration des douanes en suspension des droits et taxes et des mesures de prohibition à caractère économique ». Les modalités et conditions d'exercice de l'entrepôt public et privé sont fixées par les décisions du Directeur Général des Douanes n°05 et n°06 du 03 février 1999.
- **Admission temporaire** : les articles 174 à 185 du code des douanes et les décisions du Directeur Général des Douanes n° 04 et n°16 du 03 février 1999 précisent les modalités et conditions d'application de l'admission temporaire pour le perfectionnement actif et l'exportation en l'état.

- **Réapprovisionnement en franchise** : est un régime douanier qui permet d'importer, en franchise des droits et taxes à l'importation, les marchandises équivalentes par leur espèce, leur qualité et leurs caractéristiques techniques à celles qui, prises sur le marché intérieur, ont été utilisées pour obtenir des produits préalablement exportés à titre définitif. (articles 186, 187 et 188 du code des douanes et la Décision d'application du Directeur Général des Douanes n°17 du 03 février 1999).
- **Exportation temporaire** : est un régime douanier qui permet l'exportation temporaire, sans application des mesures de prohibition à caractère économique et dans un but défini, de marchandises destinées à être réimportées dans un délai déterminé soit en l'état ou après avoir subi une transformation, une ouvraison, un complément de main d'œuvre ou une réparation (les articles de 193 à 196 du code des douanes et la décision du Directeur Général des Douanes n°13 du 03 février 1999 relatif à l'exportation temporaire).

1.3.5 Le Contrôle des Changes :

La législation bancaire a accordé des avantages aux exportateurs en matière de délais de transfert des recettes d'exportation et la rétrocession des montants d'exportation en devises.

1.3.5.1 Délai de rapatriement :

L'article 11 de la Banque d'Algérie n° 91/13 du 14 août 1991 relatif à la domiciliation des exportations hors hydrocarbures et l'article 31 du règlement n°95-07 du 23 décembre 1995 modifiant et remplaçant le règlement n°92-04 du 22 mars 1992 relatif au contrôle des changes fixent ce délai à 120 jours.

1.3.5.2 Rétrocession des recettes d'exportation :

L'inscription des recettes d'exportations hors hydrocarbures est fixée par :

- l'article 19 du règlement de la Banque Algérie n°91-13 du 14 Août 1991 relatif à la domiciliation des exportations hors hydrocarbure et l'art30 du règlement n°95-07 du 23-12-1995 modifiant et remplaçant le règlement n°92-04 du 23-03-1992 relatif au contrôle des changes et l'instruction n°03-98 du 21 Mai 1998 complétant.
- l'instruction n°07-2002 du 26 Décembre 2002 modifiant les dispositions de l'instruction 22-94 du 12 Avril 1994 modifiée, fixant le pourcentage des recettes d'exportation hors hydrocarbures et produits miniers ouvrant droit à l'inscription au (x) compte (s) devises des personnes morales.
- la note n°14 -98 de la BA adressée aux banques intermédiaires agréés.

Ces textes ont fixé la répartition comme suit :

- **50%** du montant en compte **dinars**
- **30 %** du montant en compte **devise personne morale**
- **20%** du montant en compte devise **intitulé exportateur** (qui peut être utilisé à la discrétion de l'exportateur et sous sa responsabilité)

1.3.5.3 Exportation de produits sous le régime de la consignation :

Il s'agit d'exportation de produits qui seront vendus par un dépositaire ou un commissionnaire établi à l'étranger à un prix fixé par l'exportateur. Elle est dite « à prix imposé » ou selon les intérêts de l'exportateur, elle est dite « au mieux ». Elle s'applique seulement aux fruits et légumes.

En matière de contrôle de change, l'article 12 du règlement de la Banque d'Algérie n°91-13 du 14 Août 1991 relatif à la domiciliation des exportations hors hydrocarbure définit les modalités de réalisation de ce type d'opération.

Selon les dispositions de ce règlement, l'exportateur est tenu de fournir à la banque domiciliataire de l'opération un relevé des comptes de ventes accompagnés des factures définitives tirées sur les acheteurs étrangers. Dans ce cas, il est nécessaire de procéder à la vente du produit ou sa réimportation dans un délai maximum d'un an à compter de la date de son expédition.

1.4 Les obstacles à l'exportation des PME :

Les hydrocarbures constituent toujours l'essentiel de nos recettes d'exportation (97%). Afin de remédier à cette dépendance, l'Algérie a entrepris différentes politiques pour promouvoir le développement des exportations hors hydrocarbures et placer les entreprises algériennes dans des conditions adéquates pour affronter la concurrence prévalant sur les marchés internationaux.

Cependant, et jusqu'à nos jours, les résultats restent insignifiants. Dû essentiellement aux insuffisances découlant d'une part du cadre législatif de l'exportation et d'autre part des formalités lors de l'opération d'exportation.

1.4.1 Les contraintes liées au cadre législatif de l'exportation :

Dans le cadre de l'exportation, il n'existe aucune réglementation spécifique applicable à chaque produit et service. Tous les secteurs sont soumis à la même réglementation mis à part l'exportation des dattes qui est régie par la décision interministérielle n°130 du 10 décembre 2002 portant soutien de l'État aux exportations des dattes.

Toujours dans ce contexte là, nous considérons que chaque secteur doit être traité selon ses caractéristiques, c'est à dire mettre une politique de promotion des exportations hors hydrocarbures appropriée pour chaque secteur (chaque produit si cela est nécessaire).

1.4.2 Les contraintes d'accès à l'information :

Le système d'information à l'exportation reste toujours insuffisant. Considérant qu'au passé les informations relatives au commerce extérieur n'étaient nullement organisées, en raison du monopole existant. Avec l'avènement des réformes économiques spécialement la libéralisation du commerce extérieur, les informations jouent un rôle primordial dans l'organisation et le développement des relations commerciales avec l'extérieur.

Cependant avec l'initiative d'exporter, un élément important survient dans le choix de l'exportation : il s'agit du Système d'Information. De ce fait, l'exportateur se doit de s'informer sur le marché qu'il veut pénétrer. A cet effet l'État a créé plusieurs organismes dont ¹¹⁵ : PROMEX, SAFEX, CACI, CAGEX (.)

Néanmoins malgré la diversité des sources d'informations économiques et la possibilité d'exposer les produits et services que proposent le Système d'Information Algérien, le rapprochement et les bénéfices des exportateurs restent toujours minimes.

Cela est dû au manque de représentativité de ces organismes, mis à part la chambre de Commerce et de l'Industrie (CACI) qui existe à travers la majorité des wilayas, la CAGEX n'est représenté que dans 3 wilayas (Alger, Oran, Constantine). Quant à la SAFEX et PROMEX, elles ne possèdent aucune filiale.

¹¹⁵ Plus de détail dans la section précédente

Cette situation nécessite la création d'un organisme chargé de la coordination entre les différents organismes pour la création d'une banque de données réelle qui soit mise à la disposition de tous les opérateurs et pas seulement les exportateurs surtout en utilisant l'Internet.

1.4.3 Contraintes liées aux procédures lors de l'exportation :

Après avoir abordés les différents obstacles liés à la législation et au manque d'information, il existe d'autres obstacles qui entravent l'exportateur. Il s'agit de la bureaucratie qui provient des différents acteurs qui accompagnent l'opération et celle liée à l'entrée aux marchés internationaux.

1.4.3.1 Problèmes au niveau des acteurs (accompagnateur) :

En effet, le système national de commerce extérieur a été conçu et a fonctionné uniquement dans le sens « importer ». Aussi bien l'administration publique que les ports, les banques, les transitaires, les douanes, les compagnies d'assurance, etc., ont grandi avec l'idée que leur mission est d'importer. Les sociétés d'import/export doivent plutôt être qualifiées de sociétés d'import/import.

Une entreprise, un secteur, une région, qui produit quelque chose d'exportable, butte, inmanquablement, sur les procédures qu'aucune institution ne maîtrise parfaitement. Les missions des uns et des autres ne sont pas clairement définies.

C'est pourquoi dans une opération d'exportation ou plusieurs acteurs interviennent, le moindre obstacle survenu à un niveau quelconque de cette chaîne aura une répercussion négative sur la suite de l'opération. Dans cette même optique nous évoquons quelques problèmes au niveau de ces acteurs.

a) Au niveau des Douanes :

La direction générale des douanes est constituée de 9 directions, dont la plus importante est celle du contrôle douanier des hydrocarbures. Pour ce qui est du contrôle des exportations hors hydrocarbures il est confié à la direction (division) destinée au contrôle du commerce extérieur. Donc il n'existe aucune structure spécifique pour la promotion des exportations hors hydrocarbures.

Dans le cadre de la transition vers l'économie de marché le rôle des douanes ne se limitera plus à une simple mission de contrôle mais évoluera comme partenaire économique à part entière. Pour ce qui est de la gestion des avantages douaniers, il n'existe aucune formation spécifique destinée aux agents de douane. Ce qui nécessite leur formation à l'activité d'exportation.

b) Au niveau des banques :

Le problème de financement constitue la principale contrainte de développement des PME. Il représente un important élément de blocage de leurs croissances. Les PME rencontrent de grandes difficultés pour disposer de services financiers appropriés et adéquats. Elles recourent généralement à leurs fonds propres et au secteur financier informel.

Deux contraintes essentielles expliquent la répugnance des établissements de crédit à financer ce genre de PME :

- 1^{ère} contrainte d'ordre externe liée à la nature et aux caractéristiques des banques : Les établissements de crédit évitent de prendre des risques excessifs en matière de distribution de fonds. Cette préoccupation s'accroît bien entendu quand il s'agit de la PME.

Pour se prémunir contre ce risque supposé élevé, les banques exigent des garanties réelles que la quasi-totalité de ces PME est dans l'incapacité d'offrir. Ce qui les exclut tout naturellement des financements bancaires.

La méconnaissance du milieu de la PME par les banques ainsi que les frais élevés inhérents aux crédits à ce type d'entreprise (faibles montants, coût de l'information) font que le coût de traitement, de gestion et de suivi des dossiers de crédit de ces entreprises est extrêmement onéreux.

- 2^{ème} contrainte d'ordre interne relative à la structure financière de ces entreprises et à leur organisation interne.

Une structure financière déséquilibrée, une organisation centralisée et personnalisée, le manque de transparence, un très faible encadrement ne font que renforcer les réticences des banques à financer cette population de PME. Celles-ci se caractérisent tout

d'abord par la grande faiblesse de leurs fonds propres, ce qui constitue une contrainte majeure pour l'obtention de financements bancaires.

Les dirigeants propriétaires sont très réticents quant à l'ouverture de leur capital à d'autres personnes étrangères, en raison du caractère familial de ces entreprises et du souci de préserver l'autonomie financière en matière de gestion et de décision.

Il existe donc un déficit de confiance qui affecte sérieusement les relations banque ó PME où une grande incompréhension mutuelle existe.

Cette situation est perceptible aussi dans le cadre de la promotion des exportations hors hydrocarbures. Effectivement, les banques ne remplissent pas les fonctions réelles pour lesquelles elles sont sollicitées. Au moment où, dans les pays développés ce sont les banques jouent ce rôle très important dans la promotion des exportations : elles communiquent toutes les informations concernant les procédures commerciales applicables sur tout produit ou service exportable.

Les banques n'ont toujours pas acquis la qualification fonctionnelle pour gérer ce genre de service. Dans la plus part des cas, elles exigent à l'exportateur de prendre une assurance auprès de la CAGEX afin d'obtenir un crédit. En outre, la CAGEX ne prend pas en considération les risques, dont la couverture est fondamentale pour l'économie nationale, en l'occurrence le risque de change. Toutes ces entraves bureaucratiques affectent le bon déroulement de l'opération de l'exportation.

c) Au niveau du FSPE :

Le nombre de demandes d'aides déposées auprès du FSPE est faible. Cela est dû essentiellement à :

- La lourdeur dans le traitement des dossiers.
- La distinction entre la participation dans les foires et expositions inscrites au programme officiel et dans le cas d'une participation individuelle.
- La négligence (la non prise en charge) des coûts relatifs à l'adaptation des produits au marché extérieur.

La plupart des aides sont destinées à la participation dans les foires internationales et non pas aux opérations d'exportation.

Dans la réalité, il est clair que c'est toujours les grandes entreprises qui bénéficient le plus d'aides, quant aux PME elles se voient obligées de trouver une autre alternative, car les frais de participation dans les foires internationales qui leur sont demandés sont faramineux. A cet effet, elles se doivent de coopérer entre elles afin d'y participer.

d) Au niveau des ports et sociétés de transports :

Les infrastructures portuaires jouent un rôle très important dans la chaîne de transport. Une très grande part du commerce extérieur est assurée par les ports.

- Il existe 13 ports de commerce en Algérie dont 2 uniquement pour l'exportation des hydrocarbures « Arzew et Skikda ».
- Les échanges maritimes se font principalement avec l'Europe de l'ouest, l'Amérique du nord et les pays du bassin méditerranéen.

Parmi les nombreux problèmes rencontrés au niveau des ports :

- Une capacité de stockage des marchandises très faible.
- Un nombre de port insuffisant.
- Un matériel de manutention insuffisant et son coût est très chers.
- Pour les produits périssables, nous remarquons un manque important au niveau des entrepôts, camions, containers frigorifiques. Les délais fixés pour le contrôle par sanitaires et douaniers ne sont pas respectés.
- Au niveau de tous les produits destinés à l'exportation, le problème de la sécurité est posé ainsi que celui de la non-conformité du matériel de manutention et son insuffisance.

Le transport aérien et ferroviaire reste insignifiant dans les échanges commerciaux avec l'extérieur.

e) Au niveau de la coordination entre les différents intervenants dans la chaîne d'exportation :

- Absence de coordination entre les différents organismes chargés de la promotion des exportations hors hydrocarbures et la non consécration des objectifs définis.
- Manque d'efficacité des commissions chargées du contrôle et de l'évaluation des exportations hors hydrocarbures.
- Présence d'obstacles et de difficultés dans l'application des mesures incitatives pour la promotion des exportations hors hydrocarbures.
- Absence de l'entreprise et de personnels qualifiés dans le métier d'exportation et le manque culture de l'exportation.

Section 2: Les PME de la wilaya d'Oran face au défi de l'exportation

Après étude des données du Ministère de la PME et de l'Artisanat concernant la répartition géographique des PME, il ressort nettement que la plupart des PME se concentrent dans le nord du pays, ce qui nous a amené à étudier la répartition spatiale des PME par wilaya pour démontrer l'importance de la wilaya d'Oran.

A cet effet, nous avons axé notre étude sur les PME se trouvant dans la wilaya d'Oran et plus précisément leurs comportements à l'exportation à travers l'enquête que nous effectuerons auprès des PME exportatrices de la wilaya d'Oran.

2.1 Aperçu global sur le secteur de la PME à Oran :

Avant d'aborder le comportement des PME de la wilaya d'Oran à l'exportation, il serait utile de présenter le poids et la structure de ces PME sur le territoire national. Le manque de données, ne nous a pas permis de faire une analyse au niveau national. Ce qui nous a conduit à la faire au niveau de la wilaya d'Oran. La répartition spatiale de ces PME et par ordre d'importance des wilayas, elle est présentée dans le tableau suivant :

Tableau 18: Evolution des PME privées (2003-2007)

Années Villes	2003	2004	2005	2006	2007
Alger	25 331	27 640	30 257	32 872	35 296
Oran	14 474	15 223	16 227	17 255	18 363
Tizi ousou	10 950	12 003	13 170	14 434	16 045
Bejaia	7947	8979	10 167	11 312	12 588
Sétif	8120	8914	9968	11 088	12 289
Tipaza	6261	7143	8111	9149	10 243
Boumerdes	6769	7479	8258	9090	10 000
Blida	6549	7243	7838	8511	9349
Constantine	6361	6859	7499	8439	9212
Annaba	5823	6218	6882	7233	7766
Total 10^{eme} wilayas	100 588	109 705	120 382	131 389	143 158
Autres wilayas	107 361	115 744	125 460	138 417	150 788
Total national	207949	225449	245842	269806	293946

Source : Bulletin d'information économique N°10, 12de la Direction de la PME et de l'Artisanat

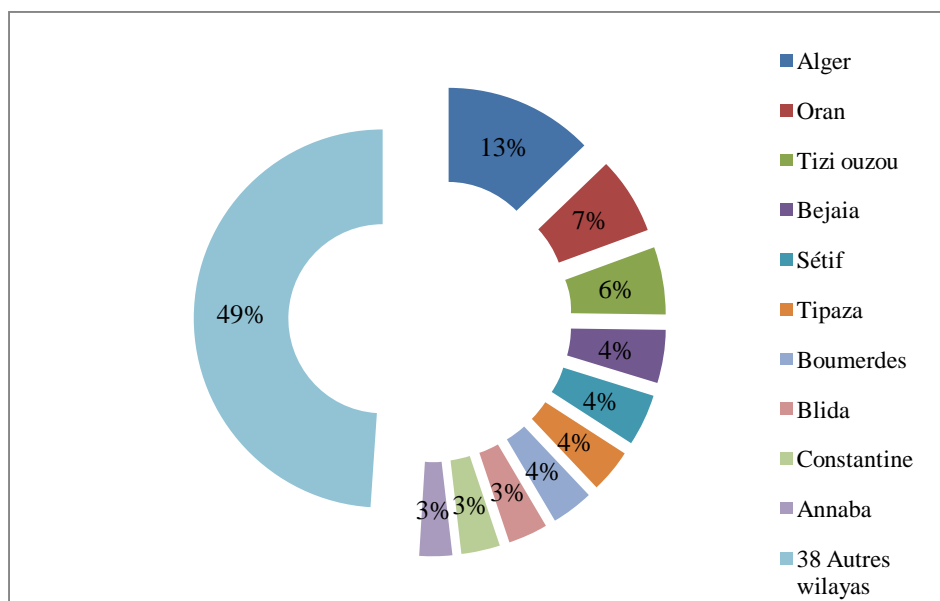


Figure 18: Répartition spatiale des PME par ordre d'importance de wilayas en 2007

La Figure 18, représente la répartition spatiale des PME selon l'ordre d'importance des wilayas pour l'année 2007. D'après cette figure, nous remarquons la concentration des activités économiques dans les dix wilayas du nord avec une part de 51 % du nombre total des PME. Ce qui représente 143 158 PME. Alger occupe la première place avec 13 % du nombre total des PME : représentant 35 296 PME (voir tableau 18). Oran vient en seconde position avec 18 363 PME soit 7 % du total des PME. Elle est suivit de Tizi Ouzou qui enregistre 16 045 PME en 2007, ce qui représente 6 % du total des PME.

Dans les wilayas de Bejaia, Sétif, Tipaza et Boumerdes, nous avons enregistré un taux qui se rapproche de 4 % pour chacune d'elles. Le nombre de PME se situe entre 12 588 PME pour Bejaia classée quatrième sur le territoire national et de 10 000 PME pour Boumerdes classée septième dans le nombre des PME. En dernier, nous retrouvons les wilayas de Blida, Constantine et Annaba qui enregistrent une part presque similaire de 3 %. Ce qui représente en chiffres : entre 9349 PME et 7766 PME. Quant aux 38 autres wilayas, comme la montre la Fig.18, elles représentent 49 % de la population globale des PME, soit 150 788 PME.

Il ressort de cette répartition une forte dispersion entre les wilayas. L'activité économique est répartie d'une façon inégale entre elles.

L'évolution du nombre des PME privées dans les dix premières wilayas entre 2003 et 2007 est retracée dans la Figure 19.

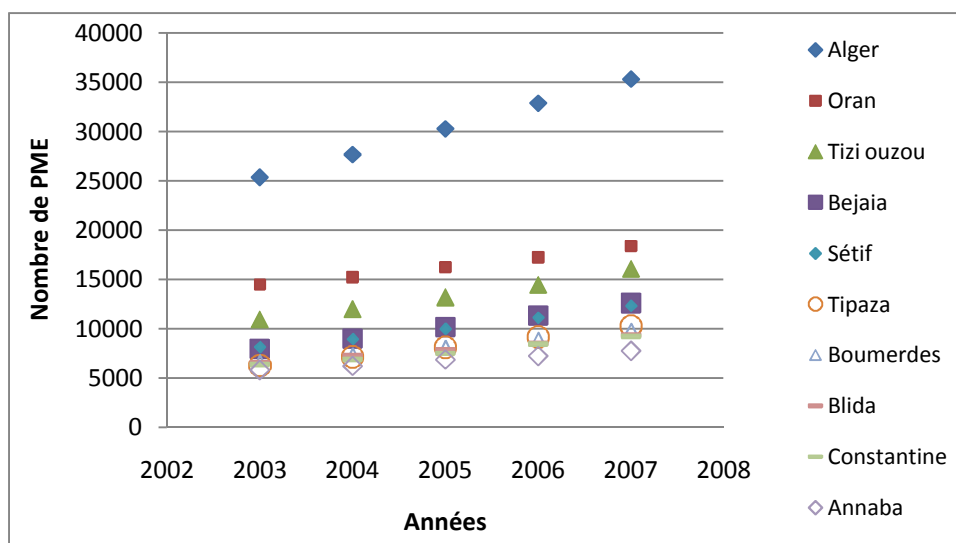


Figure 19: Evolution du nombre des PME privées dans les dix premières wilayas durant la période 2003-2007

La Figure 19, révèle que ces dix wilayas ont connus une évolution dans le nombre de PME privées durant la période étudiée. Nous notons que le classement de ces wilayas est resté pratiquement stable durant ces quatre années. Avec un rythme de croissance continu, la capitale, Alger devance les autres wilayas vu son poids dans le développement économique. Son nombre de PME est passé de 25 331 en 2003 à 35 296 PME en 2007.

La wilaya d'Oran qui représente notre champ d'étude vient en 2^{ème} position de ce classement. Elle est passée de 14 474 à 18 363 PME pendant ces quatre années. Nous retrouvons ensuite Tizi Ouzou, Bejaia, Sétif et Tipaza. Cette dernière a enregistré des taux d'évolution remarquable durant cette période. Elle est passée de la 9^{ème} position en 2003 à la 6^{ème} en 2007. Ainsi, elle a enregistré le taux d'évolution le plus élevé en 2007 avec 11,96 %. Avec ce rythme de croissance Tipaza pourrait dans le moyen terme faire partie des trois premières wilayas. Ce qui mettra la wilaya d'Oran dans une situation difficile. Puisque, elle pourrait même être devancée par Tizi Ouzou, vu son nombre de PME.

Les dix wilayas représentent 50 % de la population globale des PME privées. C'est pourquoi, elles sont considérées comme un véritable pôle d'activité économique. Cependant le choix de la localisation des activités économiques dépend de la disponibilité des infrastructures et la proximité des centres d'intérêts.

Une distinction par taille aurait apporté une meilleure approche, mais le manque d'informations nous a contraints à limiter notre étude. Le taux d'évolution des PME est relativement proche dans ces wilayas.

Le tableau 19 présente le mouvement des PME en 2007 ainsi que leur répartition spatiale.

Tableau 19 : Répartition spatiale et mouvement des PME en 2007

Wilayas	Nombre	Nbre PME2006	mouvement des PME 2007				Nbre PME 2007
			création	radiation	réactivation	croissance	
<i>Alger</i>		32 872	2518	408	314	2424	35 296
<i>Oran</i>		17 255	1202	154	60	1108	18 363
<i>Tizi Ouzou</i>		14 434	1624	158	145	1611	16 045
<i>Bejaia</i>		11 312	1346	167	97	1276	12 588
<i>Sétif</i>		11 088	1186	192	207	1201	12 289
<i>Tipaza</i>		9149	1222	204	76	1094	10 243
<i>Boumerdes</i>		9090	941	60	29	910	10 000
<i>Blida</i>		8511	779	35	94	838	9349
<i>Constantine</i>		8439	931	201	122	852	9291
<i>Annaba</i>		7233	529	2	27	533	7766
Total 10 ^{ere} wilayas		129 383	12 278	1581	1171	11 847	141 230
Autres wilayas		140 423	12 557	1595	1310	12 293	152 716
Total National		269 806	24 835	3176	2481	24 140	293 946

Source : Bulletin d'information économique N°10, 12 de la Direction de la PME et de l'Artisanat

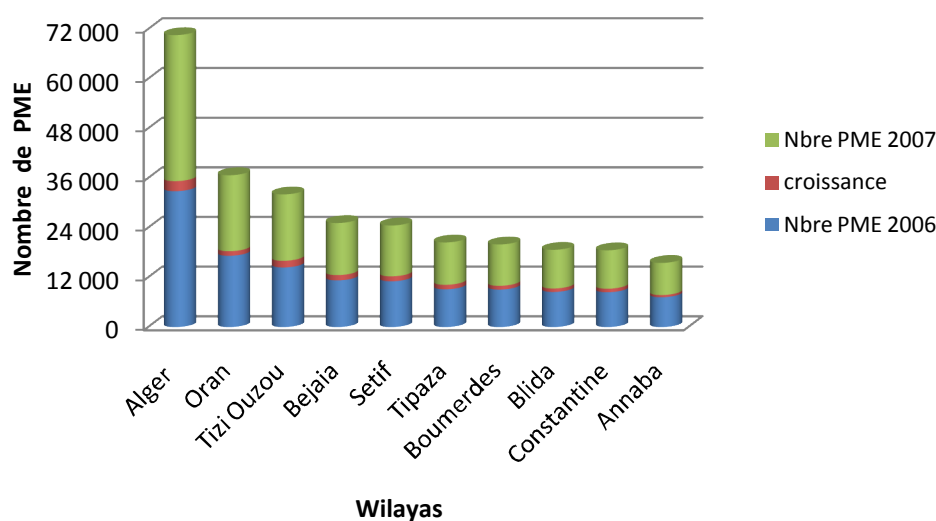


Figure 20 : Croissance des PME dans les dix premières wilayas entre 2006 et 2007

De la Figure 20, il apparaît que les dix wilayas ont connus une croissance durant l'année 2007. Cette croissance se situe entre 533 PME pour la wilaya d'Annaba et 2424 PME pour Alger. La somme du nombre de PME en 2006 et la croissance qu'ont connus ces PME pendant l'année 2007 nous donne le nombre de PME pour l'année 2007 (voir tableau 19).

Concernant la wilaya d'Oran, la Fig. 20 révèle un déclassement au niveau de la croissance. Elle se situe à la 5^{ème} position après Alger qui enregistre un taux de croissance de 10 % de la moyenne nationale. Tizi Ouzou ainsi que Bejaia enregistrent respectivement un taux de 6,70 % et 5,30 % de la moyenne nationale. Avec un taux de 4,6 %. Oran, se place juste après Sétif qui enregistre 5 % de la moyenne nationale de croissance. Par conséquent, nous constatons que les maigres résultats concernant la croissance des PME enregistrés par la wilaya d'Oran peuvent avoir des effets négatifs sur sa place dans le classement national. Afin de rétablir cette situation, des centres de facilitations et des pépinières d'entreprises ont été créés dans certaines wilayas. Leur objectif est d'assurer un meilleur accompagnement pour la création des PME.

La Figure 21, nous permet d'examiner de près le mouvement de croissance des PME dans les dix wilayas.

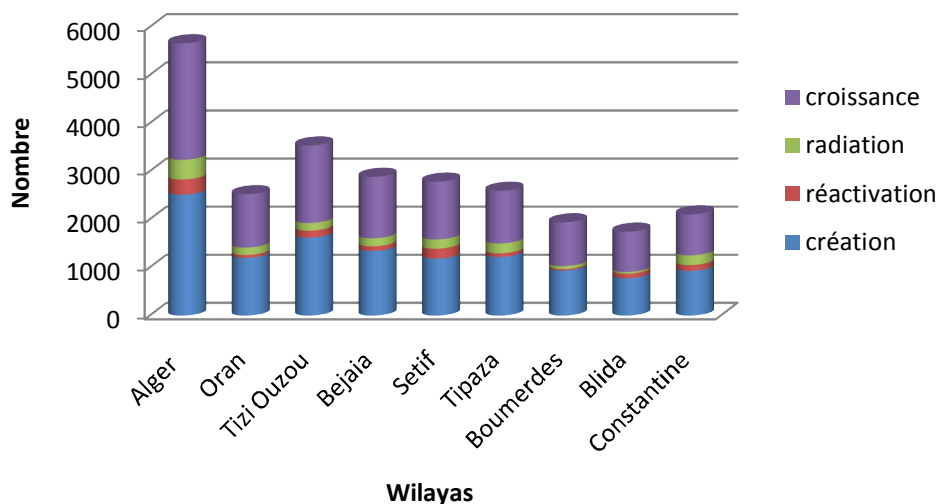


Figure 21 : Mouvement des PME privées dans les dix première wilayas en 2007

La Figure 21, représente le mouvement des PME en 2007 pour les dix premières wilayas. Ce mouvement comporte la création, la radiation et la réactivation. La croissance est fonction de ces trois éléments, on peut la formuler de la manière suivante : ***croissance = (création + réactivation) ó radiation***. D'après la Fig. 21, Alger occupe la première place au niveau des trois composantes de la croissance. Quant à Oran, elle enregistre une faible création par rapport aux autres wilayas : avec 1202 PME créées en 2007 elle occupe la cinquième place après Alger, Tizi Ouzou, Bejaia et Sétif.

Le mouvement de réactivation, lui aussi suit la même tendance suivant un faible taux par rapport aux autres wilayas. Sétif a connu un fort mouvement de réactivation. Elle a enregistré 207 PME réactivées. Le nombre de radiation dans ces wilayas est relativement proche.

La wilaya d'Oran capitale de l'ouest, occupe une place importante dans le développement économique national. Les données concernant la PME au niveau d'Oran confirme cette réalité. S'étendant sur une superficie de 2114 km², la wilaya d'Oran comprend trois zones industrielles celle d'Arzew, Hassi Ameer et Es Senia qui abrite 18 363 PME privées pour l'année 2007. Ce qui représente un taux de concentration¹¹⁶ de PME approchant les 12,72% (voir Tableau 20). Ce taux de concentration est très faible par rapport aux pays voisins comme la Tunisie et le Maroc.

¹¹⁶ Taux de concentration = (nombre d'entreprise/population) * 1000 (%).

	PME2007	Habitants RGPH(2008)	Taux de concentration
Oran	18 363	1 442 956	12,72
Total National	293 946	34 800 000	8,44

Source : bulletin d'information économique N°01 de la Direction de la PME et de l'Artisanat de la wilaya d'Oran, 2007.

Le tableau 21 représente la répartition des PME par groupes de branches d'activités pour l'année 2006. La répartition des PME privées révèle la part importante des services avec presque la moitié du total des activités. La branche bâtiments et travaux publics occupe la seconde place avec 33,62 % du total des activités, suivi de l'industrie avec 19,03 %. En dernier, on retrouve l'agriculture et la pêche, ainsi que la branche des services liés aux industries avec des parts respectives de 1,18 et 0,29 %.

Tableau 21 : Répartition des PME par groupes de branches d'activité en 2006

Groupes de branches	Nombre de PME Privées	Taux %	Contenu
Services	7 917	45,88	Transport et communication
			Commerce
			Hôtellerie et restauration
			Services fournis aux entreprises
			Services fournis aux ménages
			Etablissements financiers
			Affaires immobilières
			Services pour les collectivités
Bâtiments et travaux publics	5 801	33,62	Bâtiments et travaux publics
Industries	3 284	19,03	Mines et carrières
			ISMME
			Matériaux de construction
			Chimie, plastique
			Industrie agroalimentaire
			Industrie textile
			Industrie cuir
			Industrie bois et papier
			Industries diverses
Agriculture et pêche	203	1,18	Agriculture et pêche
Services liés aux industries	50	0,29	Services et travaux pétroliers
			Eau et énergie
			Hydrocarbures
Total	17 255	100	

Source : Bulletin d'information économique N°01 de la Direction de la PME et de l'Artisanat de la wilaya d'Oran, 2007.

2.2 État des exportations des PME de la wilaya d'Oran :

L'état des exportations sur certificats d'origine de chaque mois de l'année 2007, fournis par la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Oranie « CCI Oranie »¹¹⁷, indique 26 PME exportatrices toutes issues du secteur privé. Concernant la forme juridique, vingt sont des SARL, cinq autres sont des EURL et une entreprise individuelle. En revanche, PME nous n'avons pas pu avoir d'informations suffisantes sur leur taille. Ces PME exportatrices sont localisées dans les localités suivantes : la zone industrielle d'Es-Senia, la zone industrielle d'Arzew, Oran centre.

Les principaux produits faisant l'objet de ces exportations sont présentés dans le tableau suivant :

Tableau 22 : Les principaux produits exportés par les PME de la wilaya d'Oran pour l'année 2007

Produit \ Valeur	Dollars	Euros	Total en DA ¹¹⁸
Peaux d'ovins	778 576,30	581 928,30	109 915 738,71
Variété de Licial	82 932,48		5 587 169,47
Poissons		1 586 360,85	156 646 471,22
Hélium	53 243,99		3 587 052,93
Déchets de fer, cuivre	2 206 750,00	875 485,20	235 119 454,64
Escargots		25 125,60	2 481 047,47
Alimentation	7 939,08	6 335,25	1 160 435,94
Articles de ménage	3 000,00	79 696,77	8 071 831,61
Diluant nitro		158 871,10	15 687 853,87
Fournitures scolaires et de bureau	580 620,05		39 116 430,83
Papier a recyclé	27 500,00		1 852 677,75
Total	3 740 561,90	3 313 803,07	579 226 164,45

Source : Bilan annuel des exportations de la chambre de commerce et de l'industrie de l'Oranie
« CCI Oranie »

¹¹⁷ Voir en annexe les bilans.

¹¹⁸ Taux de change au 31/12/2007.

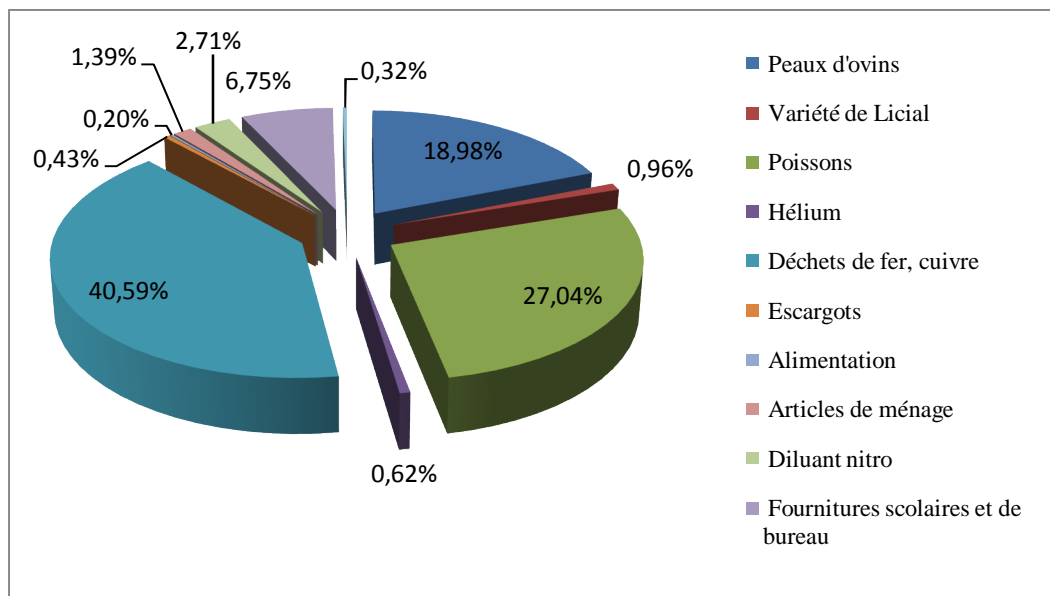


Figure 22: Les principaux produits exportés par les PME de la wilaya d'Oran pour l'année 2007

La Figure 22 présente les principaux produits exportés par les PME privées de la wilaya d'Oran durant l'année 2007. Cette Figure, révèle la part importante des déchets de fer et cuivre exportés avec 40,59 % du total des exportations : l'équivalent de 235 119 454,64 DA (voir Tableau 22). L'exportation des déchets de fer et de cuivre est assurée par cinq PME privées. Cependant, l'EPE - ERO (qui n'est pas une PME) à elle, seule exporte les déchets de fer avec une valeur de 9 084 699,99 Euros.

Les exportations de poisson viennent en seconde position avec une part de 27,04 % du total des exportations des 9 PME privées exportatrices de poissons de la wilaya d'Oran. Parmi elles, nous retrouvons l'entreprise Hanifi Kouider, considérée comme 2^{ème} exportateur de crevettes en Algérie (10,71 %) pour l'année 2007. Nous retrouvons également les entreprises Alfish et Raf export¹¹⁹ parmi les 12 premiers exportateurs de crevettes avec une part respective de 4,10 et 2,85 % du total des exportations de poissons au niveau national. Il est intéressant de constater que l'Espagne, à elle seule, absorbe la quasi-totalité (99,74 %) de nos exportations de crevettes.

¹¹⁹ Données statistiques d'ALGEX (2007).

Les exportations de peaux d'ovins occupent la troisième place ce qui représente une part de 18,98 % du total des exportations de peaux d'ovins l'équivalent de 109 915 738,71 DA (voir Tableau 22). Ces exportations sont assurées par quatre PME parmi elles : la SARL Districuir qui fait partie des 6 premiers exportateurs de Peaux d'ovins au niveau national (5,78 %) pour l'année 2007.

Les autres produits exportés tels que les fournitures scolaires, le hélium, les variétés de Licial, articles de ménage et les produits alimentaire se répartissent entre eux une faible part des exportations des PME d'Oran.

Par ailleurs, nous pouvons classer ces produits exportés en deux catégories :

- La première catégorie matières **brutes** : elle est composé de : Peaux d'ovins, Variété de Licial, Hélium, Déchets de fer, Papier à recycler. Elle représente une part de 62 % du total des exportations, cette catégorie est assurée par 10 PME privées.
- La deuxième catégorie **produits finis** est constitué de : Poissons, articles de ménage, alimentations, escargots, articles scolaires et de bureau avec une part de 38 % du total des exportations des PME privées d'Oran. Seize d'entre elles assurent l'exportation de cette catégorie.

Le tableau suivant retrace les principaux pays clients des PME privées de la wilaya d'Oran durant l'année 2007.

Tableau 23 : Les principaux pays clients des PME de la wilaya d'Oran pour l'année 2007

Valeur Pays	Dollars	Euros	Total en DA
<i>France</i>	198 765,47	1 184 930,32	130 397 741,98
<i>Espagne</i>	59 633,00	1 592 695,90	161 289 511,98
<i>Italie</i>	421 772,00	25 125,60	30 895 869,29
<i>Turquie</i>	1 188 149,70	-	80 045 764,10
<i>USA</i>	978 159,68	-	65 898 715,46
<i>RD du Congo</i>	580 620,05	-	39 116 430,83
<i>Belgique</i>	-	297 896,72	29 416 049,93
<i>Jordanie</i>	176 794,00	-	11 910 629,46
<i>Inde</i>	88 668,00	-	5 973 572,03
<i>Syrie</i>	48 000,00	-	3 233 764,80
<i>Allemagne</i>	-	52 963,51	5 229 924,17
<i>Libye</i>	-	39 479,92	3 898 476,28
<i>Egypte</i>	-	92 791,10	9 162 731,40
<i>Liban</i>	-	27 920,00	2 756 982,74
Total	3 740 561,90	3 313 803,07	579 226 164,45

Source : Donnés de la chambre de commerce et de l'industrie de l'Oranie « CCI Oranie »

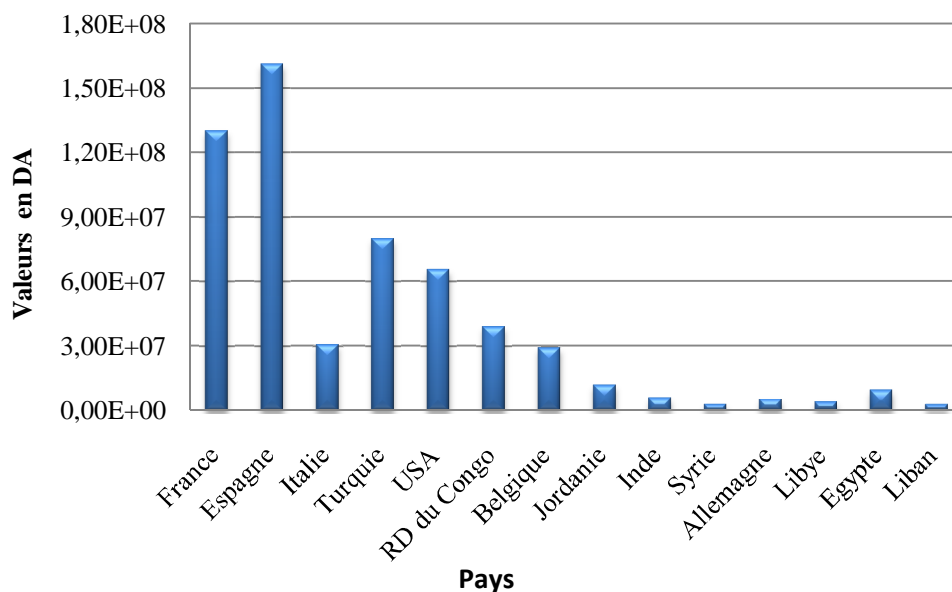


Figure 23 : Les principaux pays clients des PME de la wilaya d'Oran pour l'année 2007

La Figure 23 montre les principaux pays clients des PME exportatrice de la wilaya d'Oran. Cette figure relève la part importante de l'UE dans ces exportations. En effet, l'Espagne est classée en première position avec une part de 161 289 511, 98 DA, elle absorbe à 100 % le poisson exporté par les PME d'Oran. La France vient en seconde position avec un montant de 130 397 741,98 DA. Elle est suivie de la Turquie et des USA qui sont les principaux acheteurs de déchets de fer et cuivre. Nous retrouvons également l'Italie considérée avec la France comme les principaux acheteurs de peaux d'ovins. Les articles scolaires et de bureau sont destinés en totalité à la RD du Congo. La Belgique, la Jordanie, l'Inde, la Syrie, l'Allemagne, la Libye, l'Egypte et le Liban se partagent entre eux une part très faible de ces exportations.

Toutefois, le montant de ces transactions reste très faible. Cela est dû à plusieurs contraintes que rencontre l'entrepreneur quand il veut s'engager dans une opération d'exportations.

Pour mieux cerner le comportement des PME de la wilaya d'Oran à l'exportation, nous passons à l'enquête effectuée auprès de ces PME.

2.3 Enquête auprès des PME exportatrices de la wilaya d'Oran :

2.3.1 Le cadre général de l'enquête :

La méthodologie adoptée lors de notre enquête ainsi que les étapes effectuées seront traitées dans cette partie.

2.3.1.1 La problématique de l'enquête :

L'objectif principal de l'enquête est d'analyser le rôle des PME dans le développement des exportations hors hydrocarbures.

Dans cette optique nous avons essayé de :

- Décrire le comportement des PME à l'exportation pour ensuite tirer quelques enseignements.
- Exposer les difficultés qui entravent les PME lorsqu'elles se lancent dans une opération d'exportation.
- Connaitre les conditions dans lesquelles les PME exercent leurs activités d'exportation.

2.3.1.2 La population ciblée par l'enquête :

La population visée par l'enquête est constituée d'un ensemble de PME privées opérant dans la wilaya d'Oran et activant dans différents secteurs, exerçant une activité d'exportation.

En se basant sur le bilan annuel des exportations présenté par la Chambre de Commerce et de l'Industrie de l'Oranie pour l'année 2007, nous avons recensé 26 PME exportatrices, dont 10 seulement ont accepté de répondre à notre questionnaire.

Nous n'avons pas pu élargir notre échantillon à cause des difficultés rencontrés lors de notre enquête.

Vu le nombre restreint des PME ayant répondu à notre questionnaire¹²⁰, nous ne pourrions pas transposer les résultats de notre enquête sur toutes les autres PME exportatrices.

¹²⁰ Voir en annexe modèle de questionnaire.

L'enquête effectuée auprès des PME a duré un mois et demi. Certaines PME ont pu nous accorder des entretiens durant lesquelles elles ont répondu à nos questions, pour d'autres les questionnaires étaient déposés au niveau de l'administration pour les récupérer par la suite.

Les entretiens nous offraient l'opportunité d'avoir le maximum d'informations. Tandis que le dépôt des questionnaires posait le problème de temps et de compréhension des questions. En effet, entre déposer et récupérer les questionnaires une semaine à 10 jours passés. L'enquête s'est déroulée sur le terrain entre Septembre et Octobre 2008.

2.3.1.3 La forme du questionnaire :

Dans le cadre de notre enquête, le même questionnaire a été remis à l'ensemble des PME ciblées.

Notre questionnaire est composé de 30 questions réparties entre deux (02) principaux volets :

- Description de l'activité de la PME sur le marché local.
- Description de l'activité d'exportation des PME.

Le questionnaire se présente sous la forme combinée structurée et non structurée, étant donné qu'il comporte des questions fermées, semi fermées ainsi que des questions ouvertes.

Tableau 24 : Les types de questions

Types de questions	Nombre
Questions fermées	17
Questions semi fermées	9
Questions ouverte	4
Total	30

Après la collecte des questionnaires le traitement des données était fait manuellement pour mieux cerner les questions qui demandent plusieurs réponses.

2.3.1.4 Les difficultés rencontrées :

Le nombre très limité des PME, voir l'étroitesse de l'échantillon est dû aux difficultés auxquelles nous étions confrontés, ces difficultés se résument ainsi :

- Certaines PME ont refusé de remplir notre questionnaire sous le motif que l'ensemble des questions touchent au secret professionnel.
- D'autres, étaient réticentes voir même méfiantes envers les questions chiffrées comme le chiffre d'affaires sous prétexte que : « Vos questions sont indiscrettes et on a aucune garantie que les données fournis ne soit pas utilisées ailleurs ». Malgré notre assurance que ces données fournis serviraient seulement à situer la taille de la PME (très petite , petite ou moyenne entreprise) en insistant également sur la confidentialité des informations recueillies.
- Certaines entreprises ont fait des changements d'adresse, et ils ne l'ont pas signalé.

2.3.2 Présentation et interprétation des résultats :

Les résultats obtenus à travers l'enquête effectuée auprès des 10 PME questionnées seront présentés dans la partie suivante :

2.3.2.1 Identification de l'entreprise :

L'enquête menée a concerné 10 PME privées exportatrices de la wilaya d'Oran, actives dans différents secteurs d'activités.

Tableau 25 : Répartition des PME enquêtées selon l'année de création

Année de création	Nombre	%
Moins d'un an	0	0%
Entre 1 et 5 ans	3	30%
plus de 5 ans	7	70%
Total	10	100%

Après la lecture du tableau, on remarque que 70 % des PME enquêtées ont plus de 5 ans et que 30 % ont entre 1 et 5 ans. Le nombre d'années d'activité de l'entreprise reflète la survie de l'entreprise (efficacité, performance). Sur les 7 PME qui ont plus de 5 ans, cinq d'entre elles ont été créées entre 1996 et 2000, les deux autres en 2003.

Quant à la forme juridique, l'ensemble des PME enquêtées sont sous la forme de SARL, une forme adéquate au caractère familial que revêt un nombre important de PME en Algérie.

La répartition par branche d'activité est présentée dans le tableau suivant :

Tableau 26 : Répartition des PME enquêtées selon la branche d'activité

Branche d'activité	Nombre	%
BTP	0	0
Services	0	0
Industrie	4	40%
Agriculture et Pêche	5	50%
Autres	1	10%
Total	10	100%

Il ressort du tableau deux branches d'activités dominantes : Agriculture et pêche représenté par cinq entreprises. L'industrie est représentée par quatre PME. Quant à la 10^{ème} PME, elle active dans l'exportation des déchets ferreux et non ferreux.

Tableau 27 : Répartition des PME interrogées selon le nombre d'effectif

Taille de l'entreprise	Nombre	%
1 à 9 employés	7	70%
10 à 49 employés	1	10%
50 à 250 employés	2	20%
Total	10	100%

Comme le montre le tableau, sept des PME enquêtées sont des micros entreprises, deux des moyennes entreprises et une petite entreprise. Cette répartition met en exergue la prédominance de la micro entreprise.

2.3.2.2 Description de l'activité de l'entreprise :

L'objectif de cette partie est de cerner l'activité de l'entreprise.

Question N°1 et 2 :

Tableau 28 : La nature des activités des PME enquêtées

Q 1 : Quelle est la principale activité de votre entreprise ?	Nombre	%
Tannerie et Mégisserie	1	10%
Production d'article en plastique	3	30%
vente de métaux ferreux et non ferreux	1	10%
Vente de produits de la mer	5	50%
Total	10	100%

Concernant la principale activité de l'entreprise, on relève : les cinq PME activant dans la vente de produits de la mer sont des micros entreprises. Trois autres PME activent dans la production d'articles en plastique, une d'entre elles est également une micro entreprise, les deux autres sont des moyennes entreprises.

La vente de métaux ferreux et non ferreux est représentée par une seule micro entreprise. La dernière entreprise exerçant dans la Tannerie et la Mégisserie est une petite entreprise.

Question N°3 :

Tableau 29 : Répartition des PME interrogé selon leurs tailles et la nature de leurs clients

Q3 : quels sont vos principaux clients ?	Micro entreprise	Petite entreprise	Moyenne entreprise	Total
Clients Internationaux	5	1	0	6
Clients Nationaux et Internationaux	2	0	2	4
Total	7	1	2	10

En réponse à cette question, six dirigeants déclarent exercer leurs activités uniquement sur le marché extérieur. De ces six, on distingue cinq micros entreprises et une petite entreprise. Le reste de notre échantillon opère sur le marché national et international, réparti en deux micros entreprises et deux moyennes entreprises.

Question N°4 :

Tableau 30: Les PME ayant bénéficié de la politique de soutien

Q 4 : Votre entreprise a-t-elle bénéficié d'une aide d'un programme destiné aux PME ?	Nombre	%
Oui	0	0%
Non	10	100%
Total	10	100%

Selon les déclarations des dirigeants, aucune des PME enquêtées n'a bénéficié d'une quelconque aide.

Question N°5 :

Tableau 31 : Le type de financement des PME interrogées

Q 5 : Quel est le type de financement de votre activité ?	Micro entreprise	Petite entreprise	Moyenne entreprise	Total
Autofinancement	5	1	1	7
Emprunt bancaire	2	0	1	3
Total	7	1	2	10

Elles sont sept entreprises à avoir eu recours à l'autofinancement pour financer leurs activités, soit 70 % de l'ensemble des PME interrogées.

Les micros entreprises ont plus recours à l'autofinancement que les petites et les moyennes entreprises, effectivement sur les sept PME qui en ont eu recours cinq sont des micros entreprises, une petite (01) et une (01) moyenne entreprise.

Ce qui démontre l'importance de l'autofinancement pour les micros entreprises. Concernant les emprunts bancaires, seulement trois ont eu recours au crédit bancaire.

Question N°6 :

Q 6 : veuillez classer les facteurs suivants leurs poids contraignants le développement de votre activité :

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Fiscalité élevée. | <input type="checkbox"/> Réglementation administrative. |
| <input type="checkbox"/> Au niveau de la main d'œuvre. | <input type="checkbox"/> Concurrence déloyale. |
| <input type="checkbox"/> Manque d'information. | <input type="checkbox"/> Autres. |
| <input type="checkbox"/> Accès au financement | |

A la lumière des réponses obtenues, il ressort que les principales contraintes que rencontrent les dirigeants des PME dans l'exercice de leurs activités touchent plusieurs aspects : l'accès au financement, la fiscalité élevée, la réglementation administrative ainsi que des contraintes au niveau de la main d'œuvre.

En effet, six des PME interrogées affirment que la réglementation administrative, l'accès au financement et la fiscalité élevée représentent les principaux facteurs les plus contraignant pour elles.

Pour deux autres c'est l'accès au financement qui les bloque. Pour les deux dernières les difficultés se situent au niveau de la main d'œuvre.

Question N°7 :

Tableau 32 : l'importance de la main d'œuvre

Q7 : Concernant la main d'œuvre, classez ces 3 formes par ordre d'importance	Nombre	%
Qualité/Disponibilité/Coût	7	70%
Qualité/Coût/Disponibilité	2	20%
Disponibilité/Qualité/Coût	1	10%
Total	10	100%

A la lecture des résultats de la question relative à la main d'œuvre, trois formes de contraintes apparaissent : la disponibilité, le coût et la qualité de la main d'œuvre.

Nous remarquons que c'est la qualité de la main d'œuvre (compétence, savoir faire, maîtrise) qui est le plus ressentis par les PME : 9/10 des dirigeants interrogés la considère contraignante et la met en première position, vient ensuite la disponibilité et en dernier le coût de la main d'œuvre.

Question N°8,9 et 10 :

Tableau 33 : Les difficultés avec la banque

Q 8 : Avez-vous des difficultés avec votre banque ?	Nombre	%
Oui	9	90%
Non	1	10%
Total	10	100%

L'accès au financement entrave et sur le développement des PME. C'est ce qui ressort essentiellement des résultats obtenus en réponse à la question concernant la nature des difficultés rencontrés par les PME. Ainsi, il apparaît à l'unanimité que ces difficultés se résument comme suit :

Pour cinq d'entre elles c'est le fonctionnement des banques en lui-même qui est contraignant. Pour trois d'entre elles c'est les difficultés d'accéder au crédit. La dernière c'est l'importance du taux d'intérêt.

Question N°11 et 12 :

Tableau 34 : L'approvisionnement et ses difficultés

Q 11 : Est-ce que vous avez des difficultés à vous approvisionner ?	Nombre	%
Oui	4	40%
Non	6	60%
Total	10	100%

L'approvisionnement ne pose pas de problèmes pour six des PME enquêtées, tandis que c'est un obstacle pour les quatre autres. Quant à leurs sources d'approvisionnement, les PME s'approvisionnent à part égale entre le marché national et international.

Question N°13 :

Tableau 35 : Les mesures de soutien destinées aux PME

Q 13 : Pensez-vous que les mesures de soutien proposées par l'État aux PME pour faciliter leur développement sont accessibles et adaptées à vos besoins ?	Nombre	%
Oui	0	0%
Non	10	100%
Total	10	100%

A la question relative à la nouvelle politique de soutien. L'ensemble des PME interrogés ont été unanime à considérer que les mesures de soutien proposées par l'état aux PME pour faciliter leurs développement ne sont ni accessibles ni adaptés a leurs besoins.

Question N°14 :

Tableau 36 : l'importance de la certification chez les PME interrogées

Q14 : D'après vous, les normes et certification sont des questions importantes ?	Nombre	%
Oui	7	70
Non	3	30
Total	10	100

En ce qui concerne la certification, sept des dirigeants interrogés ont confirmé l'importance de celle-ci, pour la conformité du produit sur le marché extérieur. En effet, dans une économie de marché la certification des entreprises algériennes peut constituer à l'avenir un moyen de développement des exportations algériennes.

Question N°15 et 16 :

Dans le cadre du développement et de la promotion du produit Algérien les foires jouent également un rôle important. A ce sujet, cinq des dirigeants interrogés ont déclarés avoir participé dans des foires nationales et internationales.

Après avoir passé en revue l'activité de l'entreprise sur la marché local, nous passons à présent a son développement au niveau extérieur.

2.3.2.3 Description de l'activité de l'exportation :

Cette partie est consacrée à l'activité de l'exportation.

Question N°1 :

Tableau 37 : l'idée de l'exportation chez les PME interrogées

Q 1 : Comment est venu l'idée d'exporter ?	Nombre	%
Une simple proposition	4	40 %
Après une décision	6	60 %
Autres	0	0
Total	10	100 %

A la première question de savoir comment leur est venue l'idée d'exporter, six dirigeants affirment l'avoir fait après mûre réflexion. Le reste déclare l'avoir fait sur simple proposition.

Question N° 2 :

Tableau 38 : Les causes de l'exportation chez les PME interrogées

Q2 : pourquoi vous vous lancez dans une opération d'exportation ?	Nombre	%
Elargir les parts de marché	8	80 %
Vous n'arrivez pas à écoulez votre production au niveau local	2	20 %
Autres	0	0
Total	10	100 %

Les motivations et les causes poussant les PME à exporter diffèrent de l'une à l'autre. Ainsi, pour huit d'entre elles, c'est leurs besoins d'élargir leurs parts de marché. Pour le reste c'est la nécessité de trouver d'autres marchés afin d'écouler leurs productions.

Question N°3 :

Tableau 39 : La date du début de l'activité de l'exportation chez les PME interrogées.

Q 3 : Depuis quand vous exportez ?	Exporte depuis la création	Exporte quelques années après la création	Total
Clients internationaux	6	0	6
Clients nationaux et internationaux	1	3	4
Total	7	3	10

Le début de l'activité d'exportation remonte pour certaines à la création de l'entreprise. Effectivement sept PME exercent depuis le début de leurs activités, parmi elles six opèrent uniquement sur le marché international.

Par ailleurs, trois entreprises n'ont commencé à exporter qu'après quelques années de leurs créations s'assurant ainsi une meilleure assise au niveau national afin de préparer leurs entrées au niveau international.

Question N°4 :

Tableau 40 : La mise en place d'une stratégie d'exportation

Q 4 : Votre entreprise a-t-elle mis en place une stratégie d'exportation ?	Nombre	%
Oui	7	70 %
Non	3	30 %
Total	10	100 %

A ce sujet sept des PME interrogées déclarent avoir mis au point une stratégie d'exportation. Cette stratégie varie selon les priorités de chaque dirigeant pour les uns, il s'agit en premier lieu de cibler et fidéliser les clients importants et potentiels à l'étranger, pour les autres c'est la qualité et la prospection de nouveaux marchés qui sont à mettre en valeur.

Question N°5 :

Tableau 41 : La présence internationale des PME interrogées

Q 5 : Votre présence internationale est sur :	Nombre	Pourcentage
1 pays	2	20 %
2-4 pays	6	60 %
5-9 pays	2	20 %
Plus de 9 pays	0	0
Total	10	100 %

La présence de ces PME au niveau international se manifeste de la manière suivante : Deux PME ont un champ d'activité plus large avec 5 à 9 pays vers lesquels elles exportent leurs produits. Six exportent vers 2 à 4 pays, tandis que les deux derniers exportent vers un seul pays uniquement.

Question N°6 :

Tableau 42 : Les moyens de prospection chez les PME interrogées

Q 6 : Comment vous choisissez vos clients, faites vous des prospections des marchés étranger ?	Nombre	%
Oui	8	80%
Non	2	20%
Total	10	100%

Les chefs d'entreprises déclarent dans leur grande majorité avoir recours à la prospection des marchés tels que : se déplacer à l'étranger, assister aux foires et expositions internationales, rechercher des clients potentiels par internet.

Question N°7 :

Q 7 : Que pensez-vous des mesures de soutien pour la promotion des exportations hors hydrocarbures ?

Au sujet des mesures de soutien pour la promotion des exportations hors hydrocarbures cinq des PME enquêtés, les trouvent insuffisantes. Le reste les juge complètement inaccessibles.

Question N°8 :

Tableau 43 : Les PME et les grandes entreprises

Q8 : Est-ce que vous pensez que les grandes entreprises sont plus favorisées ?	Nombre	%
Oui	8	80 %
Non	2	20 %
Total	10	100%

Plus les deux tiers des PME estiment que les grandes entreprises sont plus favorisées qu'elles au niveau des facilités qui leur sont accordés.

Question N°10 :

Q 10 : Quelles sont les principales entraves qui freinent le développement de l'activité d'exportation ?

Interrogés sur cette question les dirigeants déclarent que :

- La bureaucratie administrative,
- Les difficultés d'accès au financement,
- La lenteur dans les rapatriements des devises,
- Le coût de transport élevé,
- Les procédures douanières contraignantes,
- Le système d'information insuffisant,
- Accès aux matières premières,

- La concurrence déloyale du marché informel,
- Le manque de coordination entre les différents organismes chargés du soutien des PME et de la promotion des exportations hors hydrocarbures.

Représentent les principales difficultés qu'ils rencontrent sur le terrain.

Question N°11 :

Q 11 : Quelles sont vos perspectives pour le développement de l'activité d'exportations ?

A propos des perspectives d'avenir pour le développement des activités d'exportation, les dirigeants affirment leur volonté d'ancrer davantage leur présence sur le marché européen et par la suite conquérir le marché international.

Question N°12 :

Q 12 : Quelles sont vos propositions pour améliorer l'exportation des produits algériens ?

Les mesures proposées par les chefs d'entreprises pour améliorer et développer l'exportation du produit algérien peuvent être classées en trois volets :

➤ ***Administratif :***

- Lutter contre la bureaucratie,
- Alléger les procédures douanières pour l'exportation des marchandises : allègement des frais de transit et des frais portuaire,
- Etablir un couloir vert pour les exportations,
- Organiser des rencontres entre administrations et exportateurs afin de solutionner les différents obstacles rencontrés par les exportateurs,

➤ ***Financement :***

- Une collaboration plus efficace des banques dans le financement des activités de la PME,
- Une meilleure assistance des banques dans le rapatriement des devises,
- Proposer de nouvelles formules de financement des exportations et faciliter l'accès au crédit.

➤ *Le rôle de l'Etat :*

- Rassembler en une seule tutelle d'orientation, plus performante et plus efficace, tous les organismes chargés du soutien de la PME et de la promotion des exportations hors hydrocarbures.
- Soutien efficace de la PME : assister les PME en matière de mise à niveau, de conseil et de communication,
- Allègement de la fiscalité,
- Mettre en exergue le rôle des chambres de commerce dans la mise en relation des PME avec les entreprises étrangères : séminaires et rencontres internationaux,
- Assurer une meilleure image du produit algérien à travers une politique de communication plus efficace,
- Contribution de l'Etat dans les dépenses relatives aux participations des PME dans les foires : location d'espaces pour l'exposition du produit algérien,
- Participation des dirigeants des PME dans les délégations ministérielles à l'étranger.

Conclusion :

Les PME représentent pour l'économie nationale un vecteur de croissance insoupçonné. Capable de s'inscrire, à la faveur d'un environnement plus favorable, dans une logique de création d'emplois, de développement, de partenariat et d'exportation.

Dans cette optique, depuis un certain nombre d'années, la promotion des exportations hors hydrocarbures a été inscrite comme objectif stratégique par les pouvoirs publics. Un certain nombre de mesures visant à assurer une gestion plus souple, décentralisée des opérations de commerce extérieur a été pris. Ces mesures ont touché l'ensemble des auxiliaires à l'exportation (Douanes, Banques, Assurances, Transports) et se proposaient de placer les entreprises algériennes dans des conditions adéquates pour affronter la concurrence prévalant sur les marchés internationaux.

Toutefois, les résultats obtenus sont insignifiants et les hydrocarbures constituent toujours l'essentiel des recettes d'exportations (97,8 % en 2007). La contribution des PME dans les échanges internationaux demeure très faible, malgré les programmes mis en œuvre en leurs faveurs.

A travers notre enquête effectuée auprès des PME exportatrices opérant dans la wilaya d'Oran, nous remarquons que celles-ci ont un fort potentiel appelé à être développé. Cependant elles sont confrontées à différents problèmes lors de l'exercice de leurs activités. Cela est dû essentiellement à l'environnement qui n'est pas totalement propice d'une part, d'autre part au manque de concordance entre les divers organismes d'appui au dispositif mis en place, et également à leurs faiblesses en échange d'information et de moyens adaptés à leurs missions.

L'étude effectuée par une équipe d'experts de la Banque Mondiale dirigée par M.J. Lopez-Calix confirme pour sa part que l'étroitesse et la faiblesse des investissements dans le secteur des biens échangeables non pétroliers, la volatilité du taux de change réel : sont des facteurs qui n'ont pas permis le changement de l'échantillon d'exportation. L'absence d'une stratégie de développement des capacités réelles, d'une synergie privé/public et d'un environnement peu favorable aux affaires ont, par ailleurs, beaucoup concouru à ce manque de diversification.

Avant d'exposer les résultats obtenus dans le cadre de notre recherche nous rappelons la place importante acquise par le secteur de la PME dans la croissance et le développement économique. Il est considéré comme un élément indispensable à l'intégration, principale source de création d'emploi et ce dans tous les pays en général et pour l'Algérie en particulier. C'est dans cette optique, que nous avons orientés notre recherche et plus précisément dans la promotion des exportations hors hydrocarbures. Nous constatons que sur les cinq dernières années, le poids de la PME dans le tissu national a fortement augmenté. La densité des entreprises a presque quadruplé. Ces PME représentent 96% des entreprises algériennes, leurs contributions à la formation du revenu national est de plus en plus importante. Hors hydrocarbures, la valeur ajoutée de ce secteur représente plus de 70 % de la richesse nationale. Le nombre de PME enregistré en 2007 était de 396 972 entreprises.

Etant donnée le rôle moteur attribué au secteur de la PME au sein de l'économie nationale, des efforts indéniables ont été fait en matière de mise en place de mesures publiques pour le soutien et l'aide à la création et au développement des PME, ainsi que des programmes de mise à niveau afin d'améliorer leurs compétitivité et promouvoir le produit national. Tel que la promulgation de la loi n°01-18 du 12 décembre 2001 pour la promotion de la PME. L'Etat a également créé un ministère chargé de la PME et différents organismes chargés de la promotion des PME.

En se référant au nouveau contexte économique dans lequel se trouve l'Algérie : la signature de l'accord d'association avec l'Union Européen et sa prochaine adhésion à l'OMC, ces PME sont confrontées à un nouveau défi. Celui de se mettre au niveau des performances des entreprises internationales et de conquérir des marchés à l'extérieur. C'est dans ce contexte là, que la PME devient le facteur essentiel de promotion des exportations hors hydrocarbures et c'est le point dominant de notre problématique.

Cependant les résultats obtenus en matière de diversification des exportations sont très faibles malgré les efforts des pouvoirs publics. Ce qui la rend la préoccupation fondamentale, en plaçant cette insuffisance parmi les limites les plus franches de la politique économique nationale pour renouer avec un processus de croissance fort et durable.

Si le niveau des exportations hors hydrocarbures n'est pas ressenti, dans le court terme, comme un enjeu pour la stabilité des comptes macro financiers du pays, il n'en demeure pas moins qu'il constitue un problème de taille quand il est situé dans une perspective de moyen et long terme, pour les deux raisons suivantes :

- D'une part, le secteur des hydrocarbures ne pourra pas soutenir, tout seul et pendant longtemps, le poids du développement de l'économie nationale. A plus long terme, et même si le niveau des réserves est régulièrement renouvelé par la densification des efforts de recherche et d'exploration, il est impossible d'occulter le fait que les hydrocarbures constituent une ressource non renouvelable et dont les coûts d'exploitation augmentent, ce qui, au fur et à mesure, restreindra d'autant la rente financière importante qu'ils dégagent actuellement.
- D'autre part, la logique même qui préside au processus d'ouverture économique et commerciale que le pays a entrepris au cours des dernières années, en particulier du point de vue de son insertion dans le système commercial multilatéral, suppose qu'il puisse tirer profit des ouvertures négociées qui lui seront consenties sur les marchés des pays partenaires.

Les premiers résultats de notre étude portent sur la faiblesse des résultats d'exportation obtenus par les PME. En effet, nous constatons qu'il existe des PME qui exportent mais leur nombre demeure très faible. Ce que confirme notre enquête, effectuée auprès de 10 PME exportatrices dans la wilaya d'Oran. Elles sont, en effet, confrontées à de multiples contraintes qui entravent son développement. Et ce malgré, les efforts déployés par les pouvoirs publics pour la promotion et le développement du secteur de la PME à travers les différents dispositifs mis en place.

Concernant ces difficultés, elles sont dûes à l'environnement économique et administratif dans lequel elles évoluent ainsi que les capacités managériales des entrepreneurs. En effet, les enquêtes menées ¹²¹ jusque là sur les PME et l'enquête que nous avons effectuée sur le terrain démontrent que les problèmes de financement, la bureaucratie administrative, la concurrence déloyale du marché informel et les procédures douanière contraignantes sont les principales difficultés auxquelles doit faire face l'entrepreneur lorsqu'il se lance dans une activité d'exportation.

¹²¹ Ministère de la PME et de l'Artisanat, enquête, *La conjoncture économique dans le secteur de la PME en 2007*, rapport final Avril 2008.

La deuxième conclusion concerne la prise en charge des pouvoirs publics au développement du secteur de la PME d'un côté et du développement des exportations hors hydrocarbures de l'autre côté. Ce qui s'est traduit par la mise en place d'un nombre important d'organismes chargées du développement des PME (CNC PME, AND-PME, FGAR, BSTP, CGCI/PME) et de structures qui ont pour principale mission la promotion du développement des exportations hors hydrocarbures (ALGEX, CAGEX, CACI, SAFEX, FSPE, CNCPE).

Toutefois, la multiplicité et la diversité de ces structures et organismes fonctionnant chacune de son côté, en vase clos, ne facilite pas non plus la mise en place du dispositif d'appui à la promotion de la PME. Selon les dirigeants enquêtés, le rassemblement de ces organismes en une seule tutelle d'orientation plus efficace et plus performante serait la meilleure solution.

Avec l'évolution du contexte économique mondial, les entrepreneurs affirment que l'État doit disposer d'un environnement juridique et institutionnel et d'un dispositif d'appui aux exportations hors hydrocarbures harmonieux et efficaces ainsi que des mesures permettant l'amélioration de la compétitivité des PME. Les mettant, ainsi, en adéquation avec ce nouvel environnement. Ce qui appellera, par conséquent, un certain nombre de mesures efficaces à tous les niveaux de la chaîne des exportations. Ces mesures toucheront aux procédures et règlements, aux aides et subventions et aux pratiques bancaires, fiscales et douanières. Elles devraient aider la PME à développer ses exportations hors hydrocarbures.

L'intégration de notre économie dans le marché mondial ne peut être effective et rentable que si l'environnement économique national présente les conditions de flexibilité, de concurrence et de stabilité.

Dans cette optique, il apparaît que la collaboration et le partenariat entre PME sont la principale alternative. La gestion des ressources humaines et la formation, l'innovation sont d'importants paramètres pour favoriser l'insertion des PME dans l'économie mondiale. Enfin, un autre élément très important : celui de la création et l'amélioration d'un système efficace de collecte, d'analyse, et de diffusion des informations économiques. Ce dernier est vital pour l'émergence et le développement de la PME.

Dans le cadre de l'adhésion de l'Algérie à la zone de libre échange de l'Union Européenne et à sa prochaine accession à l'Organisation Mondiale du Commerce, les PME se trouvent face à un double défi celui de la création d'un tissu de PME performant, comme base de développement économique, et celui d'être compétitives au niveau du marché international.

L'Etat pourra-t-il reconsidérer sa politique d'aide et de soutien aux PME étant donné les défaillances constatés afin de permettre aux entreprises de réussir à s'imposer au niveau national et international et de relever les défis auxquels elles doivent faire face ?

1. Ouvrage :

- ABEDOU A., A. BOUYACOUB., M. LALLEMENT., M MADOU. *Entrepreneurs et PME, Approches Algéro-Française*, Editions L'Harmattan, France, 2004.
- ALBERTO T., P. COMBEMAL, *Comprendre l'entreprise*, Edition Nathan, Paris, 1999.
- ALLAIS M., *La libéralisation des relations économiques internationales*, Gauthier Villars Editeur, Paris, 1972.
- BENASSY-QUERE.A., *Politique économique*, Edition De Boeck, Bruxelles, 2004.
- BENISSAD H., *Micro entreprise et cadre institutionnel en Algérie*, OCDE, 1993.
- BENISSAD H., *L'Ajustement structurel, l'expérience du Maghreb*, OPU, Alger, 1999.
- BENISSAD H., *L'Algérie de la planification socialiste à l'économie de marché*, Editions ENAG, Alger, 2004.
- BERR C., H.TREMEAU, *Introduction au droit douanier*, Editions Dalloz, Paris, 1997.
- BIZAGUET. A, *Les petites et moyennes entreprises, Que sais-je?*, Paris, 1993.
- BOURGUINAT.H, *Internationalisation et autonomie de décision*, Economica, Paris, 1982.
- BOUSSENAULT C., PRETER, *Organisation et gestion de l'entreprise*, préparation au DECF épreuve N°3, Vuibert, Paris, 1991.
- BOUZIDI A., *Les années 90 de l'économie algérienne*, Editions ENAG, Alger, 1999.
- BRAHIMI A., *L'économie algérienne Défis et enjeux*, Editions Dahlab, Alger, 1991.
- BRESSY G., C. KONKUYT, *Economie d'entreprise*, Dalloz, Paris, 2000.
- COUSIN P., *Le grand livre du droit des affaires pour PME- PMI*, Paris, 1999.
- DARVISENET P., J.P. PETIT, *Echanges et finance internationales*, Collection Institut Technique de Banque, Paris, 1996.
- DE FONTGALLAND E., *Intelligence des marchés et développement international*, Lavoisier, Paris, 2005.
- ENET D., *La PME et l'exportation*, Entreprise moderne d'édition, Paris, 1976.
- ENGLISH P., B. HOEKMAN, *Développement, commerce et OMC*, Economica, Paris, 2004.

- ERNEST YOUNG., *Maîtriser la croissance des PME : gestion, gouvernance, développement*, Paris, 2003.
- FLEUTOT D., *L'entreprise et ses enjeux*, Ellipses Editions Marketing, Paris, 1999.
- GUERRAOUI D., X. RICHEL, *Economie émergente politique de promotion de la PME*, Paris, 2001.
- HARRISON A., E. DALKIRAM, *Business international et mondialisation*, Edition De Boeck, Paris, 2004.
- HEDIR M., *L'économie algérienne à l'épreuve de l'OMC*, ANEP, Alger, 2003.
- HENNI A., *Le cheikh et le patron*, OPU, Alger, 1993.
- ISIA J.P., C. LARGUIER, *Gestion de la PME*, Editions Francis LEFEBVRE, France, 2002.
- JOFFRE P., *L'entreprise et l'exportation*, Vuibert Entreprise, Paris, 1987.
- JOFFRE P., *Comprendre la mondialisation de l'entreprise*, Economica, Paris, 1994.
- JULIEN P. A. *La PME et perspectives*, Edition Les Presses Universitaires, Paris, 1994.
- JULIEN P. A., *PME : bilan et perspectives*, Economica, Paris, 1994.
- JULIEN P.A., M. MARCHESNAY, *L'entrepreneuriat*, Paris, 1996.
- JULIEN. P- A, M. MARCHESNAY, *La petite entreprise*, Vuibert gestion, Paris, 1988.
- KOKOU DOUKOU G., E. VERNIER, *La petite entreprise, elle a tout d'une grande de l'accompagnement aux choix stratégiques*, Editions L'Harmattan, Paris, 2006.
- KOUDRI A., *Economie de l'entreprise*, Editions ENAG, Alger, 1999.
- KSOURI A., *Le contrôle du commerce extérieur et des changes*, Editions Grand Alger Livres GAL, Alger, 2006.
- LAMIRI A., *Crise de l'économie algérienne*, Les presses d'Alger, Alger, 1999.
- LEGRAND G., H. MARTINI, *Management des opérations de commerce international*, Dunod, Paris, 2005.
- LEMAIRE J.P., *Stratégie d'internationalisation*, Dunod, Paris, 2003.
- MARCHESNAY M., *Stratégie de la PME*, Economica, Paris, 2001.
- MATHIEU J.L., *La politique fiscale*, Economica, Paris, 1999.
- MEKIDECHE M., *L'Algérie entre économie de rente et économie émergente*, Edition Dahlab, Alger, 2004.

- M'HAMSADJI BOUZIDI N., *5 Essais sur l'ouverture de l'économie algérienne*, Editions ENAG, Alger, 1998.
- MORRISON C., H. SOLIGNAC LECONTE, *Micro entreprise et cadre institutionnel dans les pays en développement*, OCDE, Paris, 1994.
- PIGANEAU L., *La micro entreprise de A à Z*, Editions APCE, Editions d'Organisation, Paris, 2004.
- RICHET X., *Economie de l'entreprise*, Hachette supérieur 2^{ème} édition, Paris, 2002.
- SALANIE B., *Théorie économique de la fiscalité*, Economica (collection économie et statistiques avancés), 2002.
- SANDRETTO R., *Le commerce international*, Armand Colin, Paris, 1995.
- SELLAMI A., *Petite moyenne industrie et développement économique*, L'Entreprise Nationale du Livre ENAL, Alger, 1995.
- SIGONNEY A., *La PME et son financement*, Les éditions d'organisation, Paris, 1994.
- SIMON Y., S. MANAI, *Techniques financières internationales*, Economica, Paris, 1998.
- TEULE-MARTIN C., *La douane, instrument de la stratégie internationale*, Paris, 1995.
- TLEMCANI R., *Etat, Bazar et globalisation*, Les éditions El hikma, Alger, 1999.
- TORRES O., *PME de nouvelles approches*, Economica, Paris, 1998.
- USUNIER J.C., *Environnement international et gestion de l'exportation*, Presse Universitaire de France PUF, Paris, 1985.

2. Articles :

- AGERON B., *La construction d'une capacité de réponse d'une PMI à l'international : une mise à l'épreuve des faits du modèle de Bilkey et Tesar*, Revue Internationale PME, Vol 14 N° 2, 2001, p. 9-39.
- AKNINE SOUIDI R., *Emergence des entreprises et raisons d'échecs*, Les cahiers du CREAD, N°73, 2^{ème} Trim. 2005, p. 119-133.
- BEDRANI S., *Nouveaux Entrepreneurs dans la transition à l'économie de marché : les entrepreneurs ruraux*, Les cahiers du CREAD, N°40, 2^{ème} Trim. 1997, p. 05-19.
- BEKKAR B., *De l'internationalisation des activités industrielles aux stratégies de globalisation : quelles places aux PME*, Annales de la faculté des sciences économique, sciences de gestion et sciences commerciales de l'université d'Oran, N°01, juin 2002, p. 111-140.
- BELHABIB F., A. BELKESSAM, *La Caisse peut garantir 6 000 projets d'investissements PME*, Le Point Economique, N°64, 14 février 2007, p. 12.
- BENBAYER H., A.SALEM, A. TOUBACHE, *Les pratiques des entreprises à l'exportation: premiers éléments d'appréciation*, Les cahiers du CREAD, N°39, 1^{er} Trim.1997, p. 35-51.
- BIALES C., G. ROLLAND, *Les PME : atouts et handicaps*, Problèmes économiques, N°2168, 28 Mars 1990, p. 17-21.
- BILKEY W., G .TESAR, *The export behaviour of smaller sized Wisconsin manufacturing firms*, Journal of International Business Studies, vol.8, n° 1, 1977, p. 93-98.
- BOURAHLA A., *Développement de la PME : atouts et contraintes*, Revue des sciences économiques Université de Sidi Bel Abbes, N°1, Juin 2005, p 33-48.
- BOUTALEB K., *Les restructurations industrielles et l'objectif d'exportation*, Les cahiers du CREAD, N°41, 3^{ème} Trim1997, p. 39-46.
- BOUTARY M., M.C. MONNOYER, *TIC et PME exportatrices entre éloignement et gestion de proximité*, Problèmes économiques, N°2885, 26 Octobre 2005, p.14-19.
- BOUYACOUB A., *Activité économique et taille des entreprises*, Les cahiers du CREAD, N°12, 4^{ème} Trim.1987, p. 63-93.

- BOUYACOUB A., *Entreprise publique, ajustement structurel et privatisation*, Les cahiers du CREAD, N°57, 3^{ème} Trim. 2001, p. 63-93.
- BOUYACOUB A., *Les nouveaux entrepreneurs en Algérie en période de transition : la dimension transnationale*, Les cahiers du CREAD, N°40, 2^{ème} Trim.1997, p. 105-109.
- BOUYACOUB A., *L'économie algérienne et le programme d'ajustement structurel*, Confluence, printemps 1997, p. 75-79.
- BOUYACOUB A., *Les caractéristiques de la gestion des ressources humaines dans les PME en Algérie à l'heure de la transition vers l'économie de marché*, Les cahiers du CREAD, N° supplément Oct.1997, p. 71-80.
- BOUYACOUB A., *Entreprise et exportation : quelle dynamique?*, Les cahiers du CREAD, N° 43, 1^{er} Trim.1998, p. 7-13.
- CANALI M., *Le rôle des PME/PMI dans le développement : le cas Italien*, Les cahiers du CREAD N° supplément, Oct. 1997, p. 141-159.
- COVIELLO N.E., A. Mc AULEY, *Internationalization and the Small Firm: A Review of Contemporary Empirical Research*, Management International Review, vol. 39, n° 3, 1999, p. 223-237.
- DERBAL A., *L'exportation et l'entreprise algérienne : passé, présent, futur*, Les cahiers du CREAD, N° 43,1^{er} trim.1998, p. 41-46.
- DJERBI K., *Pourquoi pas la prédominance des PME ?* , Le Phare, N°50, Juin 2003, p. 62.
- GREUSILLET S., *Réglementation douanière mondiale : les nouveautés pour 2007*, Le MOCI, N° 1785, 11/01/2007, p. 13.
- HAMD AOUI T., *Accord d'association Euro méditerranéen : quel impact sur la PME/PMI*, Revue Economie & Management (Université de Tlemcen), N°4, Mars 2005, p. 263-277.
- HELLALI Souad, *Interview de Mr Mohamed OUARET : Allègement de certaines procédures douanières dans le cadre de la promotion des exportations hors hydrocarbures*, Le phare, N°91, Nov. 2006, p. 48.
- JOHANSON, J.E VAHLNE, *The internationalization process of the firm : A model knowledge development and increasing foreign market commitments*, Journal of International Business Studies, vol. 8, n°1, 1977, p. 23-32.

- JOHANSON J., L.G. MATTSON, *Internationalization in industrial system, a network approach, dans strategies in global competition*, Neil Hood and J E VAHLNE, London: Crom Helm, 1988, P. 287-314.
- JOHANSON J., J.E VAHLNE ,*The mecanism of internationalization*, International Marketing Review, vol 7, n°4,1990, p. 11,24.
- MALIVERNEY J., *Les entreprises exportatrices : une concentration accrue*, Economie et statistiques, N° 271-272, 1994, p. 105-114.
- MARCHESNAY M., *PME stratégie et recherches*, Revue Française de gestion, N° 95, 1993, p. 70-76.
- MASOUNAVE A., *Financement des PME panne à l'allumage*, Revue Banque, N°685, Nov. 2006, p. 24-25.
- MELBOUCI L., *Impact du nouvel environnement sur les PME/PMI Algérienne*, Revue Economie et Management (Université de Tlemcen), N°4, Mars 2005, p. 79-95.
- MOULY B., *PME : le match de l'export*, Le MOCI, N° 1791, 05/04/2007, p. 21-28.
- NASRI A.B., *Quand une stratégie de développement des exportations hors hydrocarbures*, L'exportateur, N°6, Nov. /Janv. 2007, p.10.
- PAPILLON J.C., *Le rôle de la taille de la firme : les spécificités des petites et moyennes entreprises*, Problèmes économiques, N° 2885, 26/10/2005, p. 02-13.
- REGUIG ISSAAD D., *L'entreprise algérienne et l'exportation : réflexion sur un schéma global de développement international*, Les cahiers du CREAD N° 43, 1^{er} Trim. 1998, P 57-66.
- REZIG A., M.S. MUSETTE, *Développement et PME*, Les cahiers du CREAD N° Supplément, Nov. 1997, p. 53-70.
- SALEM A., *Exportation et innovation*, Les cahiers du CREAD N° 43, 1^{er} trim.1998, p. 67-77.
- SOLANO Daniel, *Ces PME qui réussissent au Brésil*, Le MOCI, N°1779, 30 Novembre 2006, p. 21-22.
- TOUBACHE A., *Stratégie d'entreprises et exportation : essai d'analyse à partir des résultats d'une enquête*, Les cahiers du CREAD, N°43, 1^{er} trim.1998, p. 79-98.
- VALENTIN Guy, *Entreprises petites et moyennes : croissance et atouts*, Revue économie et statistique, N°271-272, 1994, p. 21-57.

3. Thèses et Mémoires :

- AIT HABOUCHE A., *La question de l'investissement privé en Algérie : un essai d'analyse des déterminants des PME à investir*, sous la direction de M^r Maurau G. (Maître de conférence, HDR, à l'université de Rouen), Thèse de Doctorat d'État, Faculté des Sciences Economiques, Sciences de Gestion, et Sciences Commerciales, Université d'Oran.
- DAOUD S., *Développement des PME et leur intégration aux échanges extérieurs*, sous la direction de M^r Derbal A., (Professeur à l'université d'Oran), Thèse de Doctorat d'État, Faculté des Sciences Economiques, Sciences de Gestion, et Sciences Commerciales, Université d'Oran.
- DIAFI Z., *Evolution du commerce extérieur de l'Algérie, présentation, analyse et prospectif*, sous la direction de M^r Boulenouar B. (Maître de conférences à l'Université d'Oran), Mémoire de Magister en sciences économiques, Faculté des Sciences Economiques, Sciences de Gestion et Sciences Commerciales, Université d'Oran.
- SEGUENI N., *Financement de l'activité d'exploitation des PME privées par le secteur bancaire*, sous la direction de M^r Bouyacoub A. (Professeur à l'Université d'Oran), Mémoire de Magister en Sciences Commerciales, Faculté des Sciences Economiques, Sciences de Gestion et Sciences Commerciales, Université d'Oran.

4. Rapports et Documents :

- Conseil National Economique et Social (CNES), Commission de l'évaluation, *Rapport sur la conjoncture économique et sociale du deuxième semestre 2004*, 26^{ème} session plénière.
- Ministère de la PME et de l'Artisanat avec Euro développement PME, *Programme d'appui aux PME/PMI des résultats et une expérience à transmettre*, Rapport final Euro développement, rapport final Euro développement décembre 2007.
- Ministère de la PME et de l'Artisanat, *Politiques d'appui à la compétitivité des entreprises algériennes*, direction générale AND-PME, avril 2006.
- Ministère de la PME et de l'Artisanat, *Bulletin d'information économique N°12*, Avril 2008.

- Ministère de la PME et de l'Artisanat, *Bulletin d'information économique N°10*, Avril 2007.
- Ministère de la PME et de l'Artisanat, *Bulletin d'information économique N°8*, Avril 2006.
- ONUDI, *Programme intégré pour l'amélioration de la compétitivité et l'appui à la restructuration industrielle en Algérie*, août 2006.

5. Colloques et Séminaires :

- BOUYACOUB A., *Les PME en Algérie dynamisme économique et territoriale*, acte du colloque international sur La gouvernance et le développement de la PME, Alger, 23-24-25 juin 2003.
- GOY H., *Quel statut pour les PME dans la recherche francophone en stratégie*, xv^{ème} conférence internationale de management stratégique, Annecy, Genève, 13-16 juin 2006.
- LEYRONAS, O. TORRES, *Stratégie de mondialisation et PME : l'instruction d'un paradoxe*, 3^{ème} Congrès International Francophone sur la PME, Trois-Rivières, Québec, Canada, 25-26 juin 1996.
- MELBOUCI L., *De l'économie administrée à l'économie de marché : quelle stratégie pour l'entrepreneur algérien face à la concurrence mondiale ?*, 8^{ème} congrès International Francophone en entrepreneuriat et PME « CIFE PME » ?, Suisse, octobre 2006.

6. Ordonnances, lois et décrets :

a) Lois :

- Loi n°63-277 du 26 juillet 1963 portant code des investissements, J.O.R.A N°53, du 2 août 1963.
- Loi n°82-11 du 21 août 1982 portant l'investissement privé national, J.O.R.A. N°34, du 24 août 1982.
- Loi n°88-25 du 12 juillet 1988 relative à l'orientation des investissements privés nationaux, J.O.R.A. N°28, du 13 juillet 1988.
- Loi n° 90-10 du 14 avril 1990 relative à la monnaie et au crédit, J.O.R.A. N°16, du 18 avril 1990.

- Loi n°01-18 du 12 décembre 2001 portant loi d'orientation sur la promotion de la Petite et Moyenne Entreprise, J.O.R.A. N°77 du 15 décembre 2001.

b) Ordonnance :

- Ordonnance n°66-284 du 15 septembre 1966 portant code des investissements, J.O.R.A. N°80, du 17 septembre 1966.
- Ordonnance n°95-27 du 31 décembre 1995, portant loi de finance 1996, notamment son article 195 relative à la création du « Fond Spéciale pour la Promotion des Exportations », J.O.R.A. N°82 du 31 décembre 1995.
- Ordonnance n°96-06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance crédit à l'exportation, J.O.R.A. N°04, du 17 janvier 1996.
- Ordonnance n°01-03 du 20 août 2001 relative au développement de l'investissement, J.O.R.A. N°47, du 22 août 2001.
- Ordonnance n° 03-04 du 19 juillet 2003 relative aux règles générales applicables aux opérations d'importation et d'exportation marchandises J.O.R.A. N°43, du 20 Juillet 2003.
- Ordonnance n° 96-06 du 10 janvier 1996 relative à l'assurance-crédit à l'exportation, J.O.R.A. N°03, du 10 janvier 1996.

c) Décrets :

- Décret exécutif n° 91-37 du 13 février 1991 relatif aux conditions d'intervention en matière de commerce extérieur.
- Décret législatif n°93-12 du 05 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement, J.O.R.A. N°64, du 10 octobre 1993.
- Décret exécutif n° 94-90 du 10 avril 1994 relatif au contrôle de qualité et de conformité des produits destinés à l'exportation.
- Décret exécutif n°94-188 du 06 juillet 1994 portant statut de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage, J.O.R.A. N°44, du 07 juillet 1994.
- Décret exécutif n°96-94 du 03 mars 1996 portant création de la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI), J.O.R.A. N°16, du 03 mars 1996.

- Décret exécutif n°96-205 du 05 juin 1996, fixant les modalités de fonctionnement du compte d'affectation spéciale N°302 ó 084 intitulé « Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations », J.O.R.A N°35 du 09 juin 1996.
- Décret exécutif n°96-296 du 08 septembre 1996 relatif à la création de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes, J.O.R.A N°52, du 11 septembre 1996.
- Décret exécutif n°01-282 du 24 septembre 2001 portant attribution, organisation et fonctionnement de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement J.O.R.A N°55, du 26 septembre 2001.
- Décret exécutif n°02-373 du 11 novembre 2002 portant création et fixant les statuts du fonds de garantie des crédits à la PME, J.O.R.A N°74, du 13 novembre 2002.
- Décret exécutif n°03-80 du 25 février 2003 portant organisation et fonctionnement du conseil national consultatif pour la promotion des PME, J.O.R.A N°13 du 26 février 2003.
- Décret exécutif n°03-188 du 22 avril 2003 portant composition, organisation et fonctionnement du conseil national chargé de la promotion de la sous-traitance J.O.R.A N°29, du 23 avril 2003.
- Décret exécutif n°03-288 du 06 septembre 2003 portant création et fixant les statuts de l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes, J.O.R.A N°54, du 10 septembre 2003.
- Décret exécutif n°04-01 du 03 janvier 2004 portant statut de la Caisse Nationale d'Assurance Chômage, J.O.R.A N°03, du 11 janvier 2004.
- Décret exécutif n° 04-173 du 12 juin 2004 portant composition et fonctionnement du conseil national consultatif de promotion des exportations, «Commerce Extérieur», J.O.R.A N°39 du 16 juin 2004.
- Décret exécutif n° 04-174 du 12 juin 2004 portant création, organisation et fonctionnement de l'Agence nationale de promotion du commerce extérieur, J.O.R.A N° 39, du 16 juin 2004
- Décret exécutif n°05-165 du 03 mai 2005 portant création, organisation et fonctionnement de l'agence nationale de développement de la PME, J.O.R.A N°31, du 04 mai 2005.

- Décret présidentiel, N°04-134 du 19 avril 2004, portant statuts de la caisse de garantie des crédits d'investissements pour les Petite et Moyenne Entreprise, J.O.R.A. N°27 du 28 avril 2004, p24.
- Décret exécutif n°06-356 du 09 octobre 2006 portant attribution, organisation et fonctionnement de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement J.O.R.A. N°64, du 11 octobre 2006.
- Décret exécutif n°07-102 du 02 avril 2007 fixant les conditions d'exportation de certains produits, matériels et marchandises.

7. Sites web :

- <http://www.pmeart-dz.org>
- <http://www.cnc-pme.org>
- <http://www.optimexport-dz.org/>
- <http://www.mincommerce.gov.dz/>
- <http://www.mipi.dz>
- <http://www.douane.gov.dz>
- <http://www.douane.gov.dz/cnis/stat/stat.asp>
- <http://www.algex.dz>
- <http://www.caci.com.dz/>
- <http://www.ccioranie-dz.com/>
- <http://www.ons.dz>
- <http://www.cagex.dz/>
- <http://www.safex-algerie.com/>
- <http://www.andi.dz>
- <http://www.ansej.org.dz/>
- <http://www.fgar.dz/FGAR/>
- <http://www.cread-dz.com/index.php>
- <http://www.banquemondiale.org>
- <http://www.imf.org/external/french/index.htm>
- <http://www.oecd.org>
- <http://www.missioneco.org/algerie/>
- <http://www.unido.org>
- <http://www.femise.org>
- <http://www.airepme.org>
- <http://www.exporter.gouv.fr>
- <http://www.ubifrance.fr>
- <http://www.cgpme.org>
- <http://www.pme.gouv.fr>
- <http://www.unctadxii.org/fr/>

Liste des tableaux :

Tableau 1: Les formes de l'internationalisation	34
Tableau 2 : Les caractéristiques des écoles	40
Tableau 3 : L'internationalisation innovation de bilkey et tesar (1977)	43
Tableau 4 : Répartition des PME par nature juridique au 31/12/2007.....	78
Tableau 5 : Evolution des secteurs d'activités dominants les PME privées (2003-2007).....	82
Tableau 6 : Répartition des PME privées par régions géographiques.....	83
Tableau 7 : Evolution de la population de la PME durant la période 2002-2007	85
Tableau 8 : Mouvement des PME privées.....	86
Tableau 9 : Evolution du nombre de salariés du secteur privé (2002-2007)	88
Tableau 10 : Evolution du PIB par secteur juridique hors hydrocarbures (2000/2006).....	91
Tableau 11 : Evolution de la valeur ajoutée (hors hydrocarbures) par secteur d'activité et nature juridique durant la période 2001-2006	94
Tableau 12 : Evolution des principaux indicateurs du commerce extérieur en Algérie (1998-2007).....	116
Tableau 13 : Evolution des exportations de hydrocarbures et hors hydrocarbures (1998-2007).....	118
Tableau 14 : Répartition des exportations hors hydrocarbures par groupe d'utilisation en valeur-.....	120
Tableau 15 : Répartition des exportations hors hydrocarbures par groupe d'utilisation en pourcentage-	121
Tableau 16 : Les principaux clients de l'Algérie hors hydrocarbures (2007).....	122
Tableau 17 : Les principaux produits exportés hors hydrocarbures.....	124
Tableau 18: Evolution des PME privées (2003-2007).....	145
Tableau 19 : Répartition spatiale et mouvement des PME en 2007	148
Tableau 20 : Concentration des PME par habitants en 2007 (rgph2008).....	151
Tableau 21 : Répartition des PME par groupes de branches d'activité en 2006.....	152
Tableau 22 : Les principaux produits exportés par les PME de la wilaya d'Oran pour l'année 2007	153
Tableau 23 : Les principaux pays clients des PME de la wilaya d'Oran pour l'année 2007	156
Tableau 24 : Les types de questions.....	159
Tableau 25 : Répartition des PME enquêtées selon l'année de création	160
Tableau 26 : Répartition des PME enquêtées selon la branche d'activité.....	161

Tableau 27 : Répartition des PME interrogées selon le nombre d'effectif.....	161
Tableau 28 : La nature des activités des PME enquêtées.....	162
Tableau 29 : Répartition des PME interrogées selon leurs tailles et la nature de leurs clients.....	162
Tableau 30: Les PME ayant bénéficiées de la politique de soutien.....	163
Tableau 31 : Le type de financement des PME interrogées	163
Tableau 32 : L'importance de la main d'œuvre.....	164
Tableau 33 : Les difficultés avec la banque	165
Tableau 34 : L'approvisionnement et ses difficultés	165
Tableau 35 : Les mesures de soutien destinées aux PME.....	166
Tableau 36 :L'importance de la certification chez les PME interrogees.....	166
Tableau 37 :L'idée de l'exportation chez les PME interrogées.....	167
Tableau 38 : Les causes de l'exportation chez les PME interrogées	167
Tableau 39 : La date du debut de l'activite de l'exportation chez les PME interrogées.	168
Tableau 40 : La mise en place d'une strategie d'exportation	168
Tableau 41 : La presence internationale des PME interrogées	169
Tableau 42 : Les moyens de prospection chez les PME interrogées	169
Tableau 43 : Les PME et les grandes entreprises	170

Liste des figures

Figure 1 : Typologie de l'entreprise selon la forme juridique	11
Figure 2 : Population de la PME et de l'artisanat au 31/12/2007	79
Figure 3 : Répartition des PME privées par tranche d'effectifs (1999-2002).....	80
Figure 4 : Evolution des secteurs d'activités dominants les PME privées (2003-2007)	81
Figure 5 : Répartition des PME privées par régions géographiques en 2007.....	83
Figure 6 : Croissance des PME privées par régions géographique (2006-2007).....	84
Figure 7 : Evolution du nombre de la population de la PME durant la période 2001-2007	85
Figure 8 : Mouvement des PME privées durant la période 2004-2007.....	87
Figure 9: Evolution du nombre de salariés du secteur privé entre 2002 et 2007	89
Figure 10: Taux d'évolution du nombre de salariés du secteur privé entre 2002 et 2007.....	89
Figure 11: Evolution du PIB par secteur juridique hors hydrocarbures en pourcentage durant la période 2002-2006	90
Figure 12 : Evolution du PIB par secteur juridique hors hydrocarbures en valeur durant la période 2002- 2006	92
Figure 13: Evolution de la balance commerciale (1998-2007).....	117
Figure 14: Evolution du total des exportations et des exportations hors hydrocarbures durant la période 1998-2007	118
Figure 15: Evolution des exportations hors hydrocarbures	119
Figure 16: Répartition des exportations hors hydrocarbures par groupe d'utilisation durant la période 1998-2007	120
Figure 17 : Principaux clients de l'Algérie hors hydrocarbures pour l'année 2007.....	123
Figure 18: Répartition spatiale des PME par ordre d'importance de wilayas en 2007	146
Figure 19: Evolution du nombre des PME privées dans les dix premières wilayas durant la période 2003-2007	147
Figure 20 : Croissance des PME dans les dix premières wilayas entre 2006 et 2007	149
Figure 21 : Mouvement des PME privées dans les dix premières wilayas en 2007.....	150
Figure 22: Les principaux produits exportés par les PME de la wilaya d'Oran pour l'année 2007	154
Figure 23 : Les principaux pays clients des PME de la wilaya d'Oran pour l'année 2007.....	157

Table des matières

Introduction générale	1
Chapitre 1: Les PME et l'internationalisation.....	5
Introduction :	5
Section 1: Les Petites et Moyennes Entreprises	6
<i>1.1 La notion d'entreprise :</i>	<i>6</i>
1.1.1 Définition de l'entreprise :	6
1.1.2 Types d'entreprises :	7
1.1.2.1 La typologie selon la forme juridique :	7
1.1.2.2 La typologie selon le secteur d'activité :	9
1.1.2.3 La typologie selon la taille :	10
<i>1.2 Généralités sur les PME :</i>	<i>12</i>
1.2.1 Définition de la PME :	12
1.2.2 Les atouts de la PME :	14
1.2.2.1 La flexibilité :	14
1.2.2.2 L'interactivité :	15
1.2.3 Les différentes typologies de PME :	16
1.2.3.1 Approche quantitative :	17
1.2.3.2 Approche qualitative :	18
1.2.4 Les caractéristiques de la PME :	18
1.2.5 Le rôle de la PME :	19
1.2.5.1 Sur le plan social :	19
1.2.5.2 Sur le plan économique :	20
1.2.5.3 Sur le plan politique :	21
1.2.6 La spécificité de la PME :	21
1.2.6.1 La justification méthodologique : La PME comme outil d'analyse :	21
1.2.6.2 La justification théorique : la PME comme objet d'analyse :	21
1.2.6.3 La justification empirique : la PME comme champ d'analyse :	22
Section 2: L'internationalisation.....	24
<i>2.1 Définition de l'internationalisation :</i>	<i>24</i>
<i>2.2 Les causes de l'internationalisation :</i>	<i>24</i>
2.2.1 Les causes techniques :	24
2.2.2 Les causes économiques :	24
2.2.3 Les causes politiques :	25

2.3 Motivations des entreprises qui s'internationalisent :	25
2.3.1 Accès à un nouveau savoir-faire ou à une technologie de pointe :	26
2.3.2 Accès à de nouveaux marchés :	26
2.3.3 Optimisation de la production :	26
2.3.4 Augmentation du pouvoir décisionnel :	27
2.3.5 Accès au capital :	27
2.3.6 Répartition des risques entre plusieurs pays :	28
2.4 Incertitudes des entreprises face à l'internationalisation :	28
2.5 Les formes de l'internationalisation :	29
2.5.1 Le développement des exportations :	29
2.5.1.1 L'exportation directe :	29
2.5.1.2 L'exportation indirecte :	30
2.5.1.3 L'exportation associée, le portage	31
2.5.2 La mise en place d'un réseau de distribution à l'étranger :	31
2.5.3 La délocalisation :	32
2.5.4 La Multinationalisation :	33
2.6 Le processus d'internationalisation :	35
Conclusion :	38
Chapitre 2: Les PME face à l'internationalisation	39
Introduction :	39
Section 1: L'internationalisation des PME	40
1.1 Les théories de l'internationalisation	40
1.1.1 Les modèles par étapes :	41
1.1.1.1 Le modèle Uppsala :	41
1.1.1.2 Le modèle de l'internationalisation par l'innovation :	42
1.1.2 Les Théories des IDE	44
1.1.3 Les Théories des Réseaux :	45
1.2 La relation entre la taille de la firme et l'exportation :	47
1.2.1 Orientation vers l'exportation :	48
1.2.2 Intensité d'exportation :	49
1.2.3 Nombre de pays desservis :	49
Section 2: Les obstacles à l'internationalisation des PME	50
2.1 La contrainte financière :	52
2.1.1 Les théories du financement de la PME :	53

2.1.1.1 La théorie du financement hiérarchique « Pecking Order Theory » :.....	54
2.1.1.2 Les secteurs de financement selon Hicks :.....	55
2.1.2 Le financement des exportations :	56
2.1.2.1 Assurance :	56
2.1.2.2 Garantie :.....	57
2.1.2.3 Financement :	57
2.1.3 Le rôle de l'État :.....	59
2.1.3.1 L'État assureur :.....	59
2.1.3.2 L'État pourvoyeur de fonds	59
2.1.3.3 L'État fournisseur de subventions :.....	60
2.2 <i>Le risque de change</i> :.....	60
2.2.1 Les techniques de couverture contre le risque de change :.....	60
2.3 <i>Les contraintes d'ordre législatif, administratif et judiciaire</i> :	61
2.3.1 Le droit des sociétés :	62
2.3.2 La politique fiscale :	62
2.3.3 La politique douanière :	64
Conclusion :.....	66
Chapitre 3: La PME en Algérie	67
Introduction	67
Section 1: Eléments de définition de la PME en Algérie	68
1.1 <i>Définition de la PME</i> :.....	68
1.2 <i>Aperçu historique sur les PME</i> :.....	69
1.2.1 La période (1962-1982) :	69
1.2.2 La période (1982-1988) :	71
1.2.3 La période (1990 à nos jours) :.....	73
1.3 <i>Le cadre juridique des PME en Algérie</i> :.....	75
1.3.1 Le cadre réglementaire général :	75
1.3.2 Les mesures de soutiens prévues par la loi :.....	76
1.4 <i>Classification des PME (Typologie)</i> :	78
1.4.1 Classification des PME par statut juridique :	78
1.4.2 Classification des PME selon la taille :.....	80
1.4.3 Classification des PME par secteur d'activité :	81
1.4.1 Classification des PME par région géographique :	83
1.4.2 Evolution des PME :.....	84

1.5 La place de la PME dans l'économie nationale selon les indicateurs macro économiques :.....	88
1.5.1 La contribution des PME en matière d'emploi :.....	88
1.5.2 La contribution des PME en matière de Produit Intérieur Brut et de Valeur Ajoutée :.....	90
Section 2: Les organismes d'aides et les programmes de soutien.....	95
2.1 Les programmes de soutien aux PME :.....	95
2.1.1 Le programme ONUDI :.....	95
2.1.1.1 Les objectifs du programme :.....	95
2.1.1.2 Le programme :.....	96
2.1.1.3 Les bénéficiaires du programme :.....	96
2.1.1.4 La durée et le coût du programme :.....	96
2.1.2 Le programme Euro Développement pour la PME (programme MEDA) :.....	97
2.1.2.1 L'objectif du programme :.....	97
2.1.2.2 Le programme :.....	97
2.1.2.3 Les bénéficiaires du programme :.....	98
2.1.2.4 La durée et le coût du programme :.....	98
2.1.2.5 La situation de la PME algérienne selon Euro-Développement PME (bilan) :.....	98
2.1.3 Le programme GTZ :.....	100
2.1.4 Le programme NAED d'appui aux PME algérienne :.....	100
2.1.5 Le programme du MIR :.....	101
2.1.6 Le Programme National de Mise à Niveau (PNMN) :.....	102
2.1.6.1 Les objectifs du programme :.....	103
2.1.6.2 Le programme :.....	103
2.1.6.3 Les bénéficiaires du programme :.....	103
2.2 Les organismes d'aide aux PME :.....	104
2.2.1 Le conseil National Consultatif pour la promotion des PME (CNC PME) :.....	104
2.2.2 L'Agence Nationale de Développement de la PME (AND-PME).....	105
2.2.3 Le Fonds de Garantie des crédits aux PME (FGAR) :.....	106
2.2.4 La Bourse de Sous-traitance et de Partenariat (BSTP) :.....	106
2.2.5 Le Conseil National Chargé de la Promotion de la Sous-traitance :.....	108
2.2.6 La Caisse de Garantie des Crédits d'Investissement pour les PME (CGCI/PME) :.....	109
2.2.7 L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI) :.....	110
2.2.8 L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) :.....	111
2.2.9 La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) :.....	112
Conclusion :.....	113

Chapitre 4: La PME et l'exportation	114
Introduction :	114
Section 1: Le cadre général de l'exportation en Algérie	115
<i>1.1 Le cadre réglementaire de l'exportation :</i>	<i>115</i>
<i>1.2 Tendances générales de l'évolution du commerce extérieur :</i>	<i>116</i>
1.2.1 Évolution des principaux indicateurs du commerce extérieur :	116
1.2.2 Evolution des exportations de l'Algérie :	118
1.2.3 Répartition des exportations hors hydrocarbures par groupe d'utilisation :	119
1.2.4 Les principaux clients de l'Algérie hors hydrocarbures :	122
1.2.5 Les principaux produits exportés hors hydrocarbures :	124
<i>1.3 Les mesures de soutien pour la promotion des exportations hors hydrocarbures :</i>	<i>125</i>
1.3.1 Les mesures institutionnelles :	125
1.3.1.1 L'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (ALGEX) :	125
1.3.1.2 La Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des Exportations (CAGEX) :	126
1.3.1.3 La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI).....	127
1.3.1.4 La Société Algérienne des Foires et Exportations (SAFEX) :	128
1.3.1.5 L'Association Nationale des Exportateurs Algériens (ANEXAL) :	129
1.3.1.6 Le Conseil National Consultatif de Promotion des Exportations (CNCPE) :	130
1.3.1.7 Le Fond Spécial Pour la Promotion des Exportations (FSPE) :	130
1.3.1.8 Le programme Optimexport :	131
1.3.2 L'appui financier :	132
1.3.2.1 Les aides financières par le biais du Fond Spécial pour la Promotion des Exportation (FSPE) :	132
1.3.2.2 Les aides financières par le biais de la Compagnie Algérienne d'Assurance et de Garantie des exportations :	133
1.3.3 Les avantages fiscaux :	134
1.3.3.1 Exonération en matière d'impôts directs :	134
1.3.3.2 Exonération en matière de taxe sur le chiffre d'affaires :	135
1.3.4 Les facilitations douanières :	135
1.3.5 Le Contrôle des Changes :	137
1.3.5.1 Délai de rapatriement :	137
1.3.5.2 Rétrocession des recettes d'exportation :	137
1.3.5.3 Exportation de produits sous le régime de la consignation :	138
<i>1.4 Les obstacles à l'exportation des PME :</i>	<i>138</i>
1.4.1 Les contraintes liées au cadre législatif de l'exportation :	139
1.4.2 Les contraintes d'accès à l'information :	139
1.4.3 Contraintes liées aux procédures lors de l'exportation :	140

1.4.3.1 Problèmes au niveau des acteurs (accompagnateur) :.....	140
Section 2: Les PME de la wilaya d'Oran face au défi de l'exportation	145
2.1 Aperçu global sur le secteur de la PME à Oran :.....	145
2.2 État des exportations des PME de la wilaya d'Oran :	153
2.3 Enquête auprès des PME exportatrices de la wilaya d'Oran :.....	158
2.3.1 Le cadre général de l'enquête :.....	158
2.3.1.1 La problématique de l'enquête :.....	158
2.3.1.2 La population ciblée par l'enquête :	158
2.3.1.3 La forme du questionnaire :.....	159
2.3.1.4 Les difficultés rencontrées :	160
2.3.2 Présentation et interprétation des résultats :	160
2.3.2.1 Identification de l'entreprise :	160
2.3.2.2 Description de l'activité de l'entreprise :.....	162
2.3.2.3 Description de l'activité de l'exportation :	167
Conclusion :.....	173
Conclusion générale :.....	174
Bibliographie.....	178
Liste des tableaux :.....	190
Liste des figures.....	192