

Le développement des firmes multinationales chinoises au niveau mondial, et en Algérie en particulier

The development of the Chinese multinationals at the world level, and in Algeria in particular

SAIDI Halima Ep. SALAH

Université d'Oran 2, Mohamed Ben Ahmed
Laboratoire de la Macroéconomie organisationnelle

DERBAL Abdelkader

Université d'Oran 2, Mohamed Ben Ahmed
Laboratoire de la Macroéconomie organisationnelle

Résumé :

Le développement croissant des firmes chinoises a bien marqué l'économie mondiale. L'article étudie, analyse l'émergence et le développement de ces firmes au niveau international, leurs particularités en termes de stratégies adoptées, pour faciliter leur expansion. Après avoir revisiter les apports théoriques et empiriques sur ce phénomène et son poids sur l'économie mondiale, nous passerons à l'étude de leur présence en Algérie, à savoir les déterminants et les effets de cette présence dans certains secteurs d'activités.

Mots clés : Firme multinationale – Stratégie de firmes chinoises – Chine – Économie algérienne- Investissent direct à l'étranger.

Abstract:

The increasing development of Chinese firms has marked the global economy. The article examines, analyzes the emergence and development of these companies at the international level, their peculiarities in terms of strategies adopted to facilitate their expansion. After revisiting the theoretical and empirical knowledge about this phenomenon and its weight on the global economy, we will study their presence in Algeria, namely the determinants and effects of the presence in some sectors.

Keywords: multinational firms, strategy of Chinese firms, China, Algerian economy, foreign direct investment.

INTRODUCTION :

Dans un contexte caractérisé par l'ouverture des marchés et la rivalité de la concurrence, les firmes chinoises ont acquis une force nouvelle et massive dans des domaines clés de l'économie mondiale (Télécommunications, le secteur bancaire, etc.) et un poids renforcé par leurs stratégies, et l'appui de leur gouvernement (Pairault, 2013)¹, ce qui leur a permis de rivaliser avec les grandes firmes des pays développés (PD), et de passer d'une économie à des activités à faible valeur ajoutée (textile) à une capacité d'offre de produits plus sophistiqués (High Tech) sur le marché mondial, en combinant son avantage traditionnel (main d'œuvre bon marché) avec d'autres avantages acquis à l'international (compétences techniques)(ARTUS, MISTRAL, & PLAGNOL, 2011)².

Ce phénomène a attiré l'intérêt des organismes internationaux et des auteurs spécialisés dans l'étude des firmes issues des pays en développement (PED) : la CNUCED, à travers son rapport sur les multinationales (ou transnationales) et les investissements directs étrangers IDE en 2014, considère que : « *Les sociétés transnationales (STN) des pays en développement rachètent de*

plus en plus des filiales étrangères de STN de pays développés implantées dans leur région »(CNUCED, 2014, p. 8)³. Les firmes chinoises, ont adopté cette stratégie (le rachat ou acquisition de filiales étrangères de marques connues, et d'autres : prise de participation, joint venture, création de filiales), elles prennent de plus en plus la place des firmes des PD dans les classements mondiaux des grandes firmes dans leurs secteurs d'activité : d'après le classement de Global 500⁴ de 2014 publié en 2015, la majorité des multinationales sont originaires des pays développés (les pays de la Triade), le nombre des firmes chinoises est arrivé à 98 (19,6 %) multinationales qui activent dans des différents secteurs, donc la Chine avec ce nombre a obtenu le deuxième rang après les États-Unis (avec un nombre de 128 firmes : 25,6 %).

La problématique qui constitue l'intérêt de ce travail est celle de savoir :

Comment les firmes chinoises se sont-elles développées dans le monde, et plus particulièrement en Algérie ?

Pour traiter cette problématique : d'abord, nous allons passer par l'analyse de l'évolution et le développement des firmes chinoises à l'international, en passant par la synthétisation des travaux théoriques et empiriques pour mieux cerner ce phénomène remarquable. Par la suite, une étude et une analyse du développement de ses firmes en Algérie sont nécessaires, donc notre démarche est analytique et exploratoire.

Cet article va contribuer à une compréhension du phénomène de multinationalisation des firmes chinoises au niveau mondial et en Algérie.

1- Le poids la Chine dans l'investissement et le commerce international :

Durant les années 90, après le tournant libéral et globalisation financière des années 80, une nouvelle catégorie de pays s'est désignée, à savoir, « les pays émergent »(SGARD 2008, p. 45)⁵, ces pays issus des pays en développement PED ont connu une croissance rapide avec un taux élevé, et des marchés financiers développés(RIGUAD 2014, p. 9)⁶. Les pays émergents dont le « BRIC »⁷ sont devenus des pôles de croissance et ont contribué à un tiers de la production mondiale entre 2000 et 2010 (30% de la croissance mondiale), avec l'amélioration de leurs performances depuis 2000, grâce au rôle qu'a joué leurs institutions et leurs politiques économiques(GOLDSTEIN & LEMOINE 2013, pp. 13- 36)⁸, avec un accroissement de leurs parts dans les échanges internationaux du commerce et de l'investissement. Avec l'arrivée de nouveaux pays investisseurs issus de la catégorie des PED et émergents dont la Chine et l'Inde à travers des flux d'IDE Sud – Nord et même Sud-Sud : un fort régionalisme confirmé par « la concentration des IDE sortants de la Chine en Asie du Sud-est »(MERIADE, 2015, p. 53)⁹, ces nouveaux pays ont émergé et rivalisé avec les pays développés à travers un certain nombre de firmes émergentes (*Latecomer firm*).

Parmi les pays émergents, la Chine reste la deuxième puissance économique au niveau mondial après les États-Unis, elle représente une part de 15% de la production mondiale (moins de 7% en 2000). Malgré le défi des inégalités au niveau interne, la Chine reste une économie diversifiée avec un secteur manufacturier plus compétitif (en raison de main-d'œuvre bon marché) qui lui a permis d'être le premier exportateur mondial¹⁰, l'excédent commercial chinois contribue à la croissance de son PIB¹¹ qui tourne autour de 7,4% en 2014 pour arriver à 6,3% en 2016(MOCI, 2015)¹². L'atout principal de la Chine est qu'elle a pu adapter son économie planifiée à une économie du marché (DIABY 2014, p. 152)¹³ et en basant sur un modèle de croissance par la stimulation de la demande intérieure plutôt que la promotion des exportations, surtout après la crise de 2008¹⁴(RIGUAD 2014, p. 58)¹⁵.

Quant aux investissements directs étrangers IDE, La Chine reste la principale région d'origine¹⁶ comparativement aux autres régions d'Afrique et d'Amérique latine(MOUHOUD 2011, p. 13)¹⁷. Selon la CNUCED, la chine est la première destination des IDE mondiaux en 2014. Le stock d'IDE de la Chine était de 1 085 293 millions USD en 2014 selon MOCI, le montant de flux d'IDE sortant de la chine était égale à 0 en 1980, il est arrivé en 2014 à 116 000 millions de dollars, en ce qui concerne le montant de flux d'IDE entrants (qui était égale à 57 millions de dollars), il est arrivé à 128 500 millions de dollars en 2014("Manuel de statistiques de la CNUCED," 2014)¹⁸; (BONNEL 2011)¹⁹.

L'accession de la Chine à l'OMC a bien favorisé la présence des firmes étrangères sur le territoire chinois(HUCHET, RICHET, & RUET, 2015)²⁰, cette présence a accéléré le rattrapage de la chine en terme de développement par les transferts de technologie²¹ et l'augmentation des performances et mise à niveau des firmes chinoises(RICHET 2014)²², les premières présences des firmes étrangères en Chine étaient dans la production arrivant à phase de la maturité ou des technologies standards. Or, ses dernières décennies, la localisation des firmes étrangères en Chine étendirent vers les technologies de pointe et la production de haut de gamme grâce aux IDE entrants en Chine(Marion VIEU 2014)²³. Quant aux IDE chinois, ils étaient financés par ses réserves en devises accumulés tirées par ses exportations mondiales (BALASUBRAMANYAM & FORSANS 2013, p. 4)²⁴, et aux aides et le soutien du gouvernement et des institutions aux firmes chinoises qui veulent s'internationaliser(ANDERSSON & WANG, 2011)²⁵.

2- Le développement des firmes chinoises dans le monde :

Pour étendre le réseau d'activités dans les marchés internationaux, les firmes chinoises ont suivis presque la même démarche qui a été suivie par les nouvelles firmes, plusieurs études théoriques, et empiriques ont porté intérêt sur : la nature de ses firmes, leurs motivations et leurs stratégies d'accès aux différents marchés étranger.

2-1 Ancrage théorique et historique :

Depuis quelques décennies, le phénomène de l'expansion des firmes issues des PED -en particulier les firmes chinoises - s'est développé dans une économie plus mondialisée et interconnectée au réseau mondial inter-firmes, en se basant sur les facteurs d'attraction²⁶ relatives aux pays d'accueils, plutôt que sur les facteurs d'incitation²⁷ relatives aux pays d'origine, à savoir : la recherche de gains d'efficacité et accès à de nouveaux marchés, ce qui a caractérisé la nouvelle (deuxième) vague de développement des firmes issues des PED(MATHEWS 2006, p. 7)²⁸. Durant la première vague, des firmes issues de l'Asie de l'Est et l'Amérique latine se sont développer à l'international dans le but de s'approvisionner en matières premières (*Market resource investment*) dans les autres régions en développement et des zones proches, et par le besoin d'exporter en accédant à de nouveaux marchés (*Market seeking investment*) qui a accompagné l'ouverture commerciale de l'après-guerre jusqu'aux années 1970(FERREIRA 2010, p. 5)²⁹.

Les firmes des PED et émergentes se sont tournées vers d'autres PED et vers des régions les plus développées, ces dernières ont acquis une puissance et un poids dans l'espace mondial, leur développement dans le monde est venu remettre en cause les approches théoriques et la place des firmes des pays développés à l'échelle mondiale, cette place a été renforcée avec l'accession des PED et en particulier les pays émergents (Chine et Inde) dans l'espace mondial et leur insertion dans l'économie mondiale(MILELLI 2013, p. 365)³⁰.

Le développement des firmes chinoises dans le monde est marqué par l'expansion constante de leurs nombres et leur diversification : au début de leur expansion, les firmes chinoises ont visé le High Tech (électronique, télécoms, électroménager), le textile et construction, par la suite elles se sont développées dans l'automobile, pharmacie (générique), pour toucher presque tout les

secteurs("l'internationalisation des entreprises chinoises : de l'usine du monde à la world company," 2006)³¹, ce qui détermine leur poids croissant dans l'espace mondial. Le Tableau 1 représente l'évolution et la place des firmes chinoises dans le classement mondial des grandes firmes (les 100 premières) de *Fortune* de Global 500 pour tous les dix ans à partir de 1995, pour bien retracer ce phénomène et son importance dans l'espace mondial.

Tableau (1) : Le poids des firmes chinoises dans le classement mondial des grandes firmes selon le chiffre d'affaires pour la période entre 1995 - 2005

1995			2005		
Le rang	La firme	Secteur d'activité	Le rang	La firme	Secteur d'activité
207	Bank Of China	Secteur bancaire	31	China Petrochemical Corp.	Secteur pétrolier
			40	State Grid Corporation of China	Services publics
			46	China National Petroleum Corporation Corporation	Secteur Pétrolier
2015			2015		
Le rang	La firme	Le secteur d'activité	Le rang	La firme	Le secteur d'activité
2	Sinopec Group	Secteur pétrolier	60	SAIC Motor	Automobile
4	China National Petroleum	Secteur pétrolier	71	China Railway Engineering	Construction
7	State Grid	Les services publics	72	China National Offshore Oil	Secteur des mines et pétrolier
18	Industrial & Commer. Bank of China	Secteur bancaire	77	Noble Group NOBGY	Commerce
29	China Construction Bank	Construction	79	China Railway Construction	Secteur de Construction
36	Agricultural Bank of China ACGBY	Agriculture	87	China Development Bank	Bancaire
37	China State Construction Engineering	Construction	94	China Life Insurance	Assurances
45	Bank of China BACHY	Secteur bancaire	96	Ping An Insurance PNGAY	Assurances
55	China Mobile Communications	Telecommunication			

Source : Elaboré par nos soins à partir du classement de Fortune pour les années 1995, 2005, 2015.

En 1995, à partir du tableau1, aucune firme chinoise ne figurait dans le classement des 100 premières firmes, et dans le classement de 500 premières firmes dominé par des firmes japonaises et américaines, trois firmes chinoises étaient présentes, à savoir : Bank Of China était en 207^e rang, Sinochem au 209^e rang et West Japan Railway Company Ltd. au 340^e rang.

En 2005, quelques firmes chinoises sont apparues et ont pris place dans ce classement (Tableau1) avec trois firmes dans le classement des 100 premières firmes, China Petrochemical

Corp. Et China National Petroleum Corporation dans le secteur pétrolier, et State Grid Corporation of China dans les services publics. Dans le Global 500 en 2005, 16 firmes chinoises étaient présentes dans différents secteurs (Pétrolier, bancaire, agriculture, les assurances, construction et communication).

Le nombre des firmes chinoises ne cesse d'augmenter, il est arrivé en 2015 dans le classement, à 100 grandes firmes chinoises qui exercent dans tous les domaines, même les plus stratégiques : l'aéronautique (HNA Group), aérospatial et défense (China North Industries, Aviation Industry Corp. Of China, Chian Aerospace science & technologie), pharmaceutique (Sinopharm), Finance (CITIC Group), etc. La grande compagnie pétrolière SINOPEC est au deuxième rang dans Global 500, avec un revenu de 446 811 millions de dollars, un profit de 5 177 millions de dollars et emploie 897 488 employés.

Selon The Boston Consulting Group – BCG -³² en 2014, le groupe chinois Lenovo Group est devenu un leader mondial et un grand fabricant des PC, téléphones, télévisions connectées, stations de travail, serveurs informatiques, grâce à sa croissance avec son acquisition de la division d'IBM en 2005, l'allemand MEDION AG en 2011 et l'acquisition de Motorola Mobility en 2014, aussi bien qu'autres acquisitions au Brésil, Japon et Allemagne (AGUIAR, BRADTKE, CARLISLE, & al., 2014, p. 13)³³. En 2013, Lenovo Group est arrivé à être le premier constructeur d'ordinateur (PC) au monde en termes d'unités vendues. Le groupe LENOVO (lors de son rachat) a préservé la marque MEDION, comme le cas de la majorité des firmes chinoises et indiennes, pour bénéficier de la réputation des marques réputées dans toutes les régions.

La Chine est omniprésente dans un autre classement de Global 2000 firme publiques « The World's Biggest Public Companies » en 2015 avec 180 grandes firmes dans des domaines différents, ses quatre grandes banques occupaient les quatre premières places : Industrial & Commercial Bank of China Ltd. ICBC (au 1^{er} rang pour la 3^e année consécutive), China Construction Bank Corp. (au 2^e rang), Agricultural Bank of China (au 3^e rang), Bank of China Ltd. (au 4^e rang) (Forbes, 2015)³⁴. Le poids des firmes chinoises (surtout les firmes publiques) est marqué par leurs puissances financières et leurs stratégies de présences dans l'espace mondial. Ces dernières se diffèrent des autres firmes dans leur mode d'entrée, leur comportement et leur destination (BALASUBRAMANYAM & FORSANS 2013)³⁵.

2-3 Spécificités, motivations et stratégie des firmes chinoises à l'international :

Selon l'étude de NAVARRO, « L'avantage –Prix de la Chine » est composé d'un certain nombre de facteurs clés de succès de l'industrie chinoise et de l'efficacité de son système productif, à savoir : un coût de main-d'œuvre peu élevé, un système de production et de réseaux inter-firmes plus performant, des IDE en plein essor et croissance, des pratiques commerciales déloyales (des subventions aux firmes exportatrices, la sous-évaluation de la monnaie nationale, la contrefaçon et le piratage, un laxisme en matière de contenu et d'application des normes réglementaires d'hygiène et de sécurité, qui sont devenues de plus en plus peu contraignantes dans les lieux de travail) (NAVARRO & FIERE 2006)³⁶.

Les firmes chinoises se sont développées que récemment, mais avec un fort dynamisme d'implantation, un rythme rapide et plus accéléré et d'une forte croissance à l'international (HAY, MIIELI, & SHI 2008)³⁷. Les firmes émergentes (en particulier les firmes chinoises) possèdent de plus en plus des ressources accumulées (savoir-faire international, capitaux, ingénierie,) et elles sont devenues des concurrentes potentielles des firmes traditionnelles dans leur propre territoire (Marion VIEU 2014, p. 19)³⁸. Dans leur expansion, les firmes chinoises ont compensé leurs avantages limités, ou moins déterminants - par rapport aux firmes traditionnelles- par des avantages de localisation que disposent chaque pays d'accueil (ANDERSSON & WANG, 2011, p.

19)³⁹, et l'acquisition des actifs stratégiques dans leur processus d'internationalisation (MATHEWS 2006)⁴⁰.

Les grandes firmes publiques (Sinopec, State Grid, etc.) ont bénéficié du soutien de leur gouvernement (fonds souverains) dans le cadre de la politique de relance économique en Chine, d'où l'importance que joue le gouvernement chinois dans l'expansion de ses firmes dans les marchés internationaux (MERIADE, 2015)⁴¹. Les firmes publiques ont intégré les marchés étrangers (avec une implication financière de leur gouvernement) en sautant les étapes d'internationalisation « *Leapfrog* » malgré leur connaissance limitée de ces marchés, contrairement aux firmes privées dont leur ressources est limitée et par le biais de partenariat, elles ont pu adopter un processus d'internationalisation progressif et avec prudence (ANDERSSON & WANG, 2011; X. LIN, 2010)⁴². Pour les PME chinoises, elles ont rencontré des contraintes dans leur développement à l'international : une faible capacité d'innovation, manque de financement, de planification, d'information sur les nouveaux marchés et de compétences internationales, ces PME ont pu se rattraper et concurrencer leurs rivaux internationaux par une main-d'œuvre locale abondante et bon marché, leur niveau de productivité élevé (S. LIN, 2009)⁴³, certaines PME chinoises se sont installées en Italie pour se spécialiser dans le textile Haut de gamme.

L'expansion des firmes chinoises à l'international a été favorisée par la saturation du marché locale, l'accroissement de la concurrence dans certains secteurs, le soutien de leur gouvernement et la main-d'œuvre bon marché, la recherche d'efficacité et d'actifs stratégiques et l'accès aux ressources, contourner les barrières aux échanges, gagner des parts de marché au niveau international, compétences et technologie (RICHET 2014)⁴⁴.

Au-delà du secteur manufacturier et agricole, les firmes chinoises se sont excellées dans les télécommunications avec Huawei Technologie Co. Ltd qui est présent en Algérie depuis 2005, et réalise 70% de son chiffre d'affaire (54,6 milliards d'euros en 2015) dans plus de 170 pays à travers le monde, cette firme emploie près de 150 000 employés et dispose de 16 centres de recherche & Développement et 41 948 brevets. Dans le même secteur, ZTE est le premier équipementier en Télécoms et 4^e en matière de quantités vendues de Smartphones dans le monde en 2012, et le 5^e en téléphonie.

Ce constat nous montre non seulement le poids des firmes chinoises au niveau international, mais aussi leur présence avec succès dans des secteurs stratégiques, qui les a permis de rivaliser avec les grandes firmes occidentales (des PD) par leur internationalisation rapide et leur innovation organisationnelle et stratégique (MATHEWS 2006)⁴⁵.

Quant à leur mode d'entrée des marchés internationaux, « *Les nouvelles multinationales (dont les firmes chinoises) opèrent à l'international via plusieurs modes d'entrée allant des alliances aux coentreprises et aux filiales. Certaines d'entre elles sont petites et ont une production spécifique, alors que d'autres sont grandes et ont une activité diversifiée à travers plusieurs secteurs* » (Marion VIEU, MESCHI, & GUIEU 2014, p. 21)⁴⁶, les firmes chinoises ont développé des stratégies et techniques nouvelles pour faciliter leur apprentissage et leur relations avec d'autres firmes afin d'assurer leur montée en puissance (RICHET 2014)⁴⁷. Les constructeurs automobiles chinois publics (FAW, SIAC) ont choisi d'acquérir des technologies et des connaissances dans ce domaine par le biais de partenariat et le rachat des firmes étrangères, quant aux constructeurs privés comme Geely et Chery, ils ont choisi de viser le marché émergent.

Pour bien comprendre le phénomène de la multinationalisation des firmes chinoises, il nous paraît opportun d'analyser la présence de ses dernières dans les différentes régions en fonction de leurs motivations et leurs stratégies :

L'Asie⁴⁸ capte environ 60% des IDE chinois, la Chine est un grand investisseur dans la région dans exploitation agricole, forestière et minière, sa présence est favorisée par la proximité géographique et la disponibilité d'infrastructures portuaires. Les firmes émergentes ont tendance à être régionale ou géocentrique dans le début de leur développement à l'international (ANDERSSON & WANG, 2011, p. 19)⁴⁹ : Un grand nombre de grandes firmes chinoises comme Huawei Technologies Co. Ltd. et ZTE ont commencé par s'installer dans les PED et les pays émergents, pour arriver par la suite à s'installer dans les pays les plus développés, d'autres firmes chinoises comme HAIER (électroménager, les téléviseurs), à travers sa conception : « *First difficult, then easy* » a visé directement les marchés des pays développés (Comité national des conseillers du commerce extérieur de la France 2006)⁵⁰, par la suite, sa présence dans les PED (Algérie, Indonésie, Philippines ...etc.) par le biais de Joint venture avec des partenaires locaux.

Selon le rapport de HAY F., MILELLI C. et SHI Y. (HAY et al., 2008)⁵¹ sur la présence et les stratégies des firmes chinoises et indiennes en Europe : Après des investissements en Asie et l'Amérique latine, les implantations chinoises en Europe⁵² (dans la majorité des cas par les rachats, la création de filiales ou de bureaux) se sont accélérées en touchant un grand nombre d'activités, même en R&D et transport maritime, etc. Dans le secteur des équipements l'Allemagne absorbe environ 60% des acquisitions chinoises en Europe. Mais cette dynamique a marqué un recul après le ralentissement de la croissance en Europe et en Chine (après la crise de Subprimes 2008), et avec l'orientation des IDE chinois vers les pays de la région (l'Asie). Les firmes chinoises ont adopté lors de leur présence en Europe une stratégie « d'intégration verticale » (vers l'aval), l'objectif principal de cette présence (par la création des filiales, les fusions acquisitions et les alliances stratégiques) était dans le but d'accéder aux marchés européens en adaptant leurs produits aux exigences européennes, l'accès aux actifs stratégiques (l'acquisition de Volvo par Geely) et aux ressources naturelles, l'acquisition des marques de prestige connues (Adisseo, Rhodia, Schneider Electronics, etc.) et des compétences des firmes européennes rachetées (des compétences spécifiques : savoir-faire spécifique, transfert de technologie et expertise) en profitant de leur réseau de distribution en supportant les exportations chinoises en Europe (Balasubramanyam & Forsans, 2013)⁵³ Le groupe chinois LENOVO, devenu un leader dans le domaine informatique après son acquisition de la division d'IBM et le rachat de MEDION AG Avec ses filiales en préservant cette marque connue à travers le monde.

En Afrique, les firmes chinoises sont présentes depuis 1990, dans le but d'accéder à des ressources naturelles (un surplus d'importation de pétrole, des mines, le charbon, etc.), et la sécurisation des sources d'approvisionnement pour le développement de l'industrie et maintenir la croissance chinoise. Ainsi, le marché africain absorbe de plus en plus une production chinoise *low-cost* (des produits standard à faible contenu technologique), adaptée aux besoins de ce marché, dans le cadre du dynamisme commercial entre la Chine et l'Afrique (DIABY 2014, p. 115)⁵⁴. Selon des données actuelles, on dénombre environ 1000 firmes de la grande puissance émergente (Chine) dans le paysage économique africain, généralement se sont des géants étatiques qui sont présents dans le continent par le biais des appels d'offres : Sinopec, State Grid (électricité), CNPC, CNFMIC (extraction minière), CITIC (finance), CRBC (construction) (Chaponnière, Perreau, & Plane, 2013)⁵⁵.

La présence chinoise en Amérique latine et caraïbe (environ 15% des IDE chinois) est principalement dans le but d'accéder aux ressources naturelles de ces pays.

3- Étude de la présence des firmes chinoises en Algérie : Facteurs de motivations et impacts :

Le ralentissement économique qu'a connu la Chine a entraîné une baisse dans sa demande mondiale de matière première (et donc la baisse des prix de ses matières sur les marchés

internationaux) et de ses investissements direct étranger, surtout en Afrique. Les firmes chinoises ont marqué leur avance par rapport aux firmes occidentales dans leur présence sur le marché algérien, dans un contexte de climat d'affaires défavorable et qui faisait fuir les investisseurs étrangers, en particulier les Occidentaux (TALAHITE 2014, p. 6)⁵⁶.

Selon les données de l'ANDI⁵⁷ (Agence Nationale de Développement et de l'Investissement), la Chine a été le premier fournisseur de l'Algérie en 2014 avec un montant de 8,2 milliards de dollars et son 10^e client avec un montant de 1,8 milliard de dollars. En effet, le volume total des échanges commerciaux⁵⁸ reste en évolution constante. Le territoire algérien est la deuxième destination pour les investissements directs chinois au niveau de l'Afrique depuis l'an 2000 après le Nigeria, selon une enquête menée par une fondation américaine « *Heritage* »⁵⁹.

3-1- Secteur d'activité des firmes chinoises en Algérie :

Selon l'ANDI, ces trois dernières années le nombre d'entreprises chinoises qui sont présente en Algérie a augmenté de plus de 25% pour arriver à **793** entreprises chinoises en 2014, et qui activent dans : l'import-export, le secteur des travaux publics, le bâtiment, la construction et les infrastructures, et notamment dans d'autres domaines, à savoir : tourisme, hydrocarbures (un montant d'investissement d'environ deux milliards de dollars), pétrochimie, hydraulique, téléphonie. En 2016, des projets en cours de négociation entre la partie algérienne et chinoises qui seront lancer dans le montage des véhicules et camions, la réalisation de port commercial au centre de l'Algérie et l'exploitation de gisement de fer (Gara Djebilet à Tindouf), ses projets vont contribuer au développement de l'industrie de sous-traitance (création de l'emploi) en Algérie, l'ouverture commerciale va permettre de profiter des ressources financières, du savoir-faire et des compétences des firmes chinoises en matière de technologie dans le cadre de la politique économique de l'Algérie.

Les firmes chinoises sont présentes dans trois secteurs stratégiques de l'économie algérienne, selon le bureau du conseiller économique de la Chine en Algérie, à savoir :

3-1-1 Secteur d'Hydrocarbures et de Services pétroliers :

Dans le cadre de la « stratégie d'approvisionnement en matière première » de la Chine en Afrique, plusieurs firmes chinoises sont présentes en Algérie, telles que : CNPC⁶⁰ (Chinese National Petroleum Corporation) qui active dans l'exploration du pétrole et du gaz, l'exploitation et la commercialisation de produits raffinés, tout en fournissant des services pétroliers et gazières, et en participant a quelque projet de construction des raffineries. La firme GREAT WALL DRILLING COMPANY ALGÉRIE dans les activités de la construction de puits, Forages, sondages, Sinopec qui est une grande firme pétrolière en termes de chiffre d'affaires au niveau mondial⁶¹, et d'autres firmes publiques chinoises qui ont bénéficié du soutien de leur gouvernement dans leur stratégie d'implantation en Algérie, dans le cadre de la relation entre l'Algérie et la Chine.

3-1-2 Secteur de Construction et de Travaux publics (BTP) :

La Chine reste la principale bénéficiaire des programmes d'investissement publics en Algérie, dans le cadre de « programme de relance économique » en Algérie, pour développer les infrastructures (L'amélioration et du développement, terminal de l'aéroport d'Alger, des tronçons de la liaison de l'autoroute l'Est-Ouest) et régler le problème du logement, l'attribution des contrats de travaux publics a été destinée dans leur majorité à des firmes chinoises plus compétitives⁶² -en termes de coût et de délai de réalisation- qui ont raflé les grands projets. Or, ces firmes emploient leur main-d'œuvre (bon marché et difficile à concurrencer) et non pas à la main-d'œuvre algérienne(SOUIAH, 2011, p. 5)⁶³.

Dans le secteur des bâtiments et de la construction (selon l'ANDI) plusieurs projets phares étaient à l'apanage des firmes chinoises (construction d'Hôtel Sheraton, projet AADL pour l'agence nationale), d'un côté, grâce à leur compétitivité par rapport à la majorité des entreprises algériennes - généralement des PME - qui activent dans ce domaine ; et d'un autre côté, à cause des relations politiques et économiques, qui ont joué un rôle dans l'obtention des grands projets en Algérie, dans le cadre de la politique de la Chine en Afrique(DIABY 2014, p. 68)⁶⁴. Enfin, selon F. Lafargue (2007), dans son article : « La Chine, une puissance africaine », qui analyse les relations sino-algériennes, énumère les atouts et les avantages des firmes chinoises du secteur du bâtiments (BTP), ce qui les a permis d'avoir la priorité de réaliser des grands projets (logements et infrastructures) en Algérie, à savoir : la compétitivité (leur efficacité) de ses firmes, leur rapidité dans la réalisation des projets et une qualité supérieures(LAFARGUE 2007)⁶⁵. D'autres auteurs trouvent que cette réussite des firmes chinoises est due à leur capacité d'adaptation au système de corruption algérien(SOUIAH, 2011, p. 5)⁶⁶.

4- Secteur de Télécommunication :

Suite à la libéralisation et la privatisation du secteur de la télécommunication en Afrique, plusieurs firmes étrangères (occidentales) se sont intéressées à ce secteur. Or, depuis 2004, les entreprises chinoises se sont installées dans le marché africain, comme Huawei Technologies Co. Ltd., Bell Shanghai et ZTE, dans la fourniture des équipements des télécommunications, services de conseil, infrastructure de la téléphonie mobile, l'exploitation des réseaux cellulaires par la voie de licence ou la prise de participation des firmes locales comme mode de présence sur le marché africain(DIABY 2014, p. 68)⁶⁷. Le constructeur chinois « ZTE Corporation » est présent sur le marché algérien de télécommunication depuis 2007 (ZTE Algérie)⁶⁸, dans les travaux de construction et d'installation de l'infrastructure de télécommunication, l'audit et solutions informatique et des réseaux, et dans la commercialisation des modems, téléphonie mobile (Smartphones), auprès de ses partenaires locaux (des opérateurs téléphoniques privés et publics et des entreprises), le groupe chinois ZTE reste le seul fournisseur de terminaux à travers son partenaire local « Gentech Microsystems ».

Dans les autres secteurs, à savoir l'automobile, la présence des constructeurs automobiles chinois était dans l'objectif commercial par le biais de bureaux de représentation, qui va conduire à augmenter les importations de véhicules en provenance de la Chine plutôt d'ouvrir une unité d'assemblage en Algérie, de nombreux exemples peuvent être cités, comme le cas de Shaanxi Automobile Group qui a prévu d'installer une unité à Sétif en 2010, mais par la suite, il a réussi à ouvrir un bureau de représentation en 2011(PAIRAULT 2015, p. 7)⁶⁹. Un projet de partenariat (Basé sur la règle d'investissement 51%-49%) entre le groupe étatique chinois FAWAIC et le holding privé algérien *Arcofina* qui a été lancé en 2013, pour une usine automobile d'assemblage de véhicules utilitaires de marque FAW en Algérie (TALAHITE 2014, p. 8)⁷⁰.

Vu le rôle croissant des firmes multinationales dans l'économie mondiale, les pays se sont mis en concurrence pour attirer les investissements de ses dernières, cette présence a sans doute un impact positif ou négatif sur le développement du tissu économique des différents pays. Nous allons essayer d'étudier les effets de la présence des firmes chinoises sur l'économie algérienne.

4-1- Les effets sur le transfert de technologie, les compétences et l'emploi :

Plusieurs études ont montré que l'investissement des firmes étrangères (les IDE) ne pourra pas être productif - en introduisant des techniques plus avancés- pour l'économie du pays d'accueil et que lorsque la main-d'œuvre locale est assez formée ; or, ce n'est pas le cas pour les pays comme l'Algérie(PAIRAULT, 2010, p. 137)⁷¹.

La présence des firmes chinoises sur le territoire algérien peut ouvrir la possibilité d'emploi, afin de régler le problème de chômage au quel souffre le pays depuis des décennies (AFDB, 2012)⁷². Cependant, les firmes chinoises emploient de plus en plus leur main-d'œuvre (bon marché), bien que la loi algérienne privilégie l'emploi de la main-d'œuvre locale pour régler les problèmes de chômage qui a atteint 11% de la population active et un taux de 30% pour les jeunes (BELKAID 2010)⁷³. Selon plusieurs enquêtes, les salaires des travailleurs chinois sont versés directement en Chine à part leur argent de poche, ou à l'issue de leurs contrats. Ce qui ne pourra pas être un facteur stimulant la demande locale et donc la production locale (SOUIAH, 2011, p. 141)⁷⁴. À la fin de 2011, le nombre des résidents chinois a atteint 40 à 45 000 (des travailleurs migrants, les cadres, les entrepreneurs et leurs familles) (PAIRAULT 2015, p. 8)⁷⁵.

4-2- Sur les entreprises et le tissu économique local :

Dans un contexte algérien où une production hors hydrocarbures est inexistante, les grands projets de construction et d'infrastructure étaient à l'apanage des firmes chinoises qui ont bien rivalisé avec les PME algériennes de BTP.

Il est important de noter que la présence à l'étranger a été stimulée par le gouvernement chinois qui a longtemps encouragé le développement de ses entreprises publiques à l'international, à travers une série de règlements et de directives favorables (PAIRAULT, 2010, p. 123)⁷⁶.

La présence des firmes chinoises sur le territoire algérien peut être, un des facteurs qui freinent le développement du tissu productif local, en absence du transfert de technologie, savoir-faire et compétence, car les PME algériennes ne sont pas en mesure de faire face à la concurrence des grands groupes chinois, ainsi de leur côté, les firmes chinoises sont en avance par rapport aux firmes occidentales dans l'obtention des grands projets de construction, dans un contexte qui fait fuir les investisseurs occidentaux, caractérisé par une insécurité et un climat des affaires défavorable (Corruption, bureaucratie, etc.) (SOUIAH, 2011)⁷⁷.

Conclusion :

Dans le contexte actuel les firmes chinoises ont acquis une place croissante dans les marchés internationaux même les plus développés, en concurrençant les grandes firmes occidentales dans plusieurs secteurs stratégiques, même dans le High Tech et haut gamme.

En Algérie, les firmes chinoises sont présentes dans plusieurs secteurs stratégiques, leur présence selon plusieurs études a plus d'effets négatifs pour l'économie algérienne que positifs.

De ce fait, le gouvernement algérien doit revoir sa politique vis-à-vis des firmes chinoises, ces dernières considèrent le marché algérien comme un marché porteur pour leurs produits.

Annexes :**Annexe (1) : Liste des firmes chinoises selon les secteurs d'activité en Algérie**

1- Secteur d'Hydrocarbures et de Services pétroliers	
Société chinoise	Société chinoise
Bureau de représentation de CNPC (Chinese National Petroleum Corporation)	CHINA NATIONAL LOGGING CORPORATION
CNPC International (Algeria) Ltd.	China petroleum technology & development corporation
Great wall drilling company	Soratin
China petroleum engineering & construction (group) corporation	Bureau de représentation de Sinopec
BGP International Algeria	Sinopec international Petroleum exploration & production Corp.
	Sinopec engineering corp.

2- Secteur de Construction et de Travaux publics	
Groupement: China International Trust and Investment Company (CITIC) et China Railway Construction Corporation (CRCC), pour l'autoroute Est-Ouest.	China Electric Power Technology Import-Export Corporation
China State Construction Engineering Corporation (CSCEC) pour des logements sociaux	China International Water& Electric Corp.
Société Nationale Des Travaux De Construction De Chine	China National Aero-Engineering Corp.
China Zhongyuan Engineering Corp.	China Harbour Engineering Co. Ltd
Zhejiang Construction Investment Group Company	Société D'aménagement Hydro-Agricole YUFEI
Sarl Group de Construction Guangsha	Zhongding International Engineering Co.Ltd
Sarl China Yulong Construction	Sarl Travaux Hydraulique Shaolin
Chinese Metallurgical Group Corporation (MCC) pour la construction de stade olympique à Oran	Cecomines
China National Railway Construction Corp.	Sarl Société De Construction Des Mines Et Géologie De Hebei
Sino- hydro Corp.	CGC Overseas Construction Co. Ltd
	China Geo-Engineering Corporation

3- Secteur de Télécommunication	
HUAWEI TECHNOLOGIES CO. LTD. TECHNOOGIES ALGERIA	ZTE CORPORATION ALGERIA

Source : Elaboré par nos soins à partir des coordonnées des sociétés chinoises du conseiller économique et commercial de la Chine en Algérie⁷⁸ et le site : <http://dz.kompass.com>

Notes et références bibliographiques :

- ¹- PAIRAULT, T. (2013). Les entreprises chinoises sous la tutelle directe du gouvernement illustrées par leur investissement en Afrique. *Revue de la régulation. Capitalisme, institutions, pouvoirs*.
- ²- ARTUS, P., MISTRAL, J., & PLAGNOL, V. (2011). L'émergence de la Chine : Impact économique et implications de politique économique. *Conseil d'Analyse Economique*. Paris : La Documentation Française.
- ³- CNUCED. (2014). *Rapport sur l'investissement international (WIR)*. GENEVE: Nations Unies.
- ⁴- Global 500 : Classement du Global 500 pour l'année 2013 publié en 2014. *Fortune* (<http://fortune.com/fortune500/>), publie la liste des grandes multinationales dans le monde.
- ⁵- SGARD, J. (2008). Qu'est-ce qu'un pays émergent ? L'enjeu mondial les pays émergents, pp. 41 - 54.
- ⁶- RIGUAD, P. (2014). *LES BRICS ; Brésil, Russie, L'inde, Chine, Sud d'Afrique, puissances économiques du XXIe siècle (éd. 2e)*. PARIS: BREAL.
- ⁷- BRIC : Acronyme inventé en 2001 par la banque d'affaires américaine.
- ⁸- GOLDSTEIN, A., & LEMOINE, F. (2013). *L'économie des BRIC (éd. La Découverte)*. Paris, France : La Découverte.
- ⁹- MERIADE, L. (2015). Le rôle de l'État dans les stratégies d'internationalisation des entreprises chinoises ? (M. P. Ed., Éd.) *Management & Avenir*, 5 (79), p. 196.
- ¹⁰- Plus la moitié des exportations de la Chine est réalisée par les firmes étrangères implantées sur le territoire chinois.
- ¹¹- Selon les données du MOCI, Le secteur d'Etat en Chine contribue à environ 40% du PIB chinois. La part des services dans le PIB représente plus de 45% du PIB et emploie un tiers de la population active.
- ¹²- MOCI, L. (2015). *Chine | Données Générales. Le moniteur du commerce international*.
- ¹³- DIABY, F. (2014). *Les stratégies des entreprises chinoises en Afrique : quels objectifs, quelle coopération ?* Nice: Université de Nice Sophia Antipolis.
- ¹⁴- La crise de 2008 a bien influencé la demande des PD et d'autres pays sur la production et les exportations chinoises.
- ¹⁵- RIGUAD, P. (2014). *LES BRICS ; Brésil, Russie, L'inde, Chine, Sud d'Afrique, puissances économiques du XXIe siècle (éd. 2e)*. PARIS: BREAL.
- ¹⁶- La Chine est la principale destination pour les IDE et la relocalisation des filiales de production, pour des raisons, telles que : la main-d'œuvre bon marché (malgré l'augmentation continue du coût de cette main d'œuvre), et 'un secteur manufacturier compétitif tourné vers l'exportation.
- ¹⁷- MOUHOUD, E. (2011). *Les entreprises au coeur de la mondialisation. Les entreprises dans la mondialisation (365)*, p. 13.
- ¹⁸- CNUCED. (2014). *Manuel de statistiques de la CNUCED*. 300. New York et Geneve.
- ¹⁹- BONNEL, G. (2011). *Les stratégies d'expansion des firmes multinationales chinoises : Facteurs économiques, Facteurs politiques*. Aix en Provence, France : université Paul Cezanne - Aix-Marseille iii.
- ²⁰- HUCHET, J. F., RICHEL, X., & RUET, J. (2015). *Chine, Inde : les firmes au cœur de l'émergence (éd. coll. « Économie et société »)*. Presses Universitaires de Rennes.
- ²¹- Selon quelques études les FMN étrangères en Chine limitent le transfert technologique pour garder leur avance et leurs avantages sur le marché chinois.
- ²²- RICHEL, X. (2014). *L'internationalisation des firmes chinoises : croissance, motivations, stratégies*. (R. T. Monde, Éd.) *Émergents : le temps des désillusions (219)*, pp. 59-76.
- ²³- VIEU, M. (2014). *L'internationalisation des multinationales issues de pays émergents : comportements des firmes et déterminants du développement international dans un contexte de croissance par acquisition*. Thèse de doctorat, 19. (A.-M. UNIVERSITE, Éd.) France.

- ²⁴- BALASUBRAMANYAM , V. N., & FORSANS , N. (2013). Why Do Indian Firms Go Abroad? Economics Working Paper Series , Lancaster University Management School, The Department of Economics , UK.
- ²⁵-ANDERSSON, R., & WANG, J. (2011). The internationalization process of Chinese MNCs : A study of the motive for Chinese firms to enter developed countries. Bachelor Thesis , 73. University of GOTHENBURG, School of Business, Economics and Law.
- ²⁶- Les facteurs d'attractions des pays d'accueil concernent des avantages (infrastructures, main-d'œuvre bon marché, un bon climat d'affaire, marché potentiel, compétence et technologie, etc.) qui poussent les firmes à s'implanter dans un pays étranger.
- ²⁷- Les facteurs d'incitation concernent le pays d'origine de la firme, ce sont des facteurs qui poussent la firme à investir à l'étranger tels que : la recherche de main-d'œuvre bon marché pour réduire les coûts, saturation du marché national pour les produits de la firme.
- ²⁸- MATHEWS , J. A. (2006). Dragon multinationalay globalisation ls : New players in 21st centr. Asia Pacific Journal of Management , 23 (1), pp. 5- 27 .
- ²⁹- FERREIRA , P. G. (2010). Les théories des firmes transnationales issues des pays en développement et les pétrolières étatiques : les cas de PDVSA et Petrobras. Montréal: Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation CEIM.
- ³⁰- MILELLI , C. (2013). L'émergence des firmes multinationales en provenance du « Sud ». Paris: Presses universitaires de Paris Ouest.
- ³¹- Eurasia Institute et Commision Asie-Pacifique. (2006). l'internationalisation des entreprises chinoises : de l'usine du monde à la world company. Broché.
- ³²- BCG est un cabinet qui élabore chaque année des rapports sur « Global Challengers », une liste des firmes qui émergent au niveau mondial, en examinant leurs performances en matière de compétences, d'innovation et sur le plan financier.
- ³³- AGUIAR, M., BRADTKE, T., CARLISLE, E., & et al. (2014). Redefining Global Competitive Dynamics”, The BCG Global challengers. The Boston Consulting Group.
- ³⁴- Forbes. (2015). Global 2000 : The World's Biggest Public Companies.
- ³⁵- BALASUBRAMANYAM , V. N., & FORSANS , N. (2013). Why Do Indian Firms Go Abroad? Economics Working Paper Series , Lancaster University Management School, The Department of Economics , UK.
- ³⁶- NAVARRO , P., & FIERE , S. (2006). L'avantage concurrentiel chinois [Entre pratiques déloyales et avantages comparatifs] [article]. Perspectives chinoises , 97 (1), pp. 13-29.
- ³⁷- HAY , F., MIELI , C., & SHI , Y. (2008). Présence et stratégies des firmes chinoises et indiennes en Europe : une perspective dynamique et comparative. Ministère de l'économie, des finances et de l'emploi. France: La Documentation Française.
- ³⁸- VIEU , M. (2014). L'internationalisation des multinationales issues de pays émergents : comportements des firmes et déterminants du développement international dans un contexte de croissance par acquisition. Thèse de doctorat , 19. (A.-M. UNIVERSITE, Éd.) France.
- ³⁹- ANDERSSON, R., & WANG, J. (2011). The internationalization process of Chinese MNCs : A study of the motive for Chinese firms to enter developed countries. Bachelor Thesis , 73. University of GOTHENBURG, School of Business, Economics and Law.
- ⁴⁰- MATHEWS , J. A. (2006). Dragon multinationalay globalisation ls : New players in 21st centr. Asia Pacific Journal of Management , 23 (1), pp. 5- 27 .
- ⁴¹- MERIADE, L. (2015). Le rôle de l'État dans les stratégies d'internationalisation des entreprises chinoises ? (M. P. Ed., Éd.) Management & Avenir , 5 (79), p. 196.

- ⁴²- ANDERSSON, R., & WANG, J. (2011). The internationalization process of Chinese MNCs : A study of the motive for Chinese firms to enter developed countries. Bachelor Thesis , 73. University of GOTHENBURG, School of Business, Economics and Law.
- ⁴³- LIN, S. (2009). Les caractéristiques et les contraintes principales des PME chinoises dans le processus d'internationalisation : cas de la province du Zhejiang. Grenoble, France.
- ⁴⁴- RICHET , X. (2014). L'internationalisation des firmes chinoises : croissance, motivations, stratégies. (R. T. Monde, Éd.) Émergents : le temps des désillusions (219), pp. 59-76.
- ⁴⁵- MATHEWS , J. A. (2006). Dragon multinationalay globalisation ls : New players in 21st centr. Asia Pacific Journal of Management , 23 (1), pp. 5- 27 .
- ⁴⁶- VIEU , M., MESCHI, P., & GUIEU , G. (2014). Multinationales émergentes. Dans F. TANNERY , J.-P. DENIS, T. HAFSI , & A. MARTINET , Encyclopédie de la stratégie (pp. 819-838). Paris, France : Vuibert.
- ⁴⁷- RICHET , X. (2014). L'internationalisation des firmes chinoises : croissance, motivations, stratégies. (R. T. Monde, Éd.) Émergents : le temps des désillusions (219), pp. 59-76.
- ⁴⁸- Dont Corée du sud, Singapour, Hong Kong, MACAO restent les principaux pays ciblés par IDE chinois, ainsi que d'autres pays de la région : Taiwan, Vietnam, Inde, es pays d'Asie centrale.
- ⁴⁹- ANDERSSON, R., & WANG, J. (2011). The internationalization process of Chinese MNCs : A study of the motive for Chinese firms to enter developed countries. Bachelor Thesis , 73. University of GOTHENBURG, School of Business, Economics and Law.
- ⁵⁰- Comité national des conseillers du commerce extérieur de la France. Commission Asie-Pacifique. Eurasia institute. (2006). l'internationalisation des entreprises chinoises : de l'usine du monde à la world company. Broché .
- ⁵¹- HAY , F., MIELI , C., & SHI , Y. (2008). Présence et stratégies des firmes chinoises et indiennes en Europe : une perspective dynamique et comparative. Ministère de l'économie, des finances et de l'emploi. France: La Documentation Française.
- ⁵²- Les firmes de Hong Kong (Chine) sont arrivées en Europe dans les années quatre-vingt. Cependant, les implantations chinoises se sont accrues entre 2002-2003.
- ⁵³- BALASUBRAMANYAM , V. N., & FORSANS , N. (2013). Why Do Indian Firms Go Abroad? Economics Working Paper Series , Lancaster University Management School, The Department of Economics , UK.
- ⁵⁴- DIABY , F. (2014). Les stratégies des entreprises chinoises en Afrique : quels objectifs, quelle coopération ? NICE: UNIVERSITE DE NICE SOPHIA ANTIPOLIS.
- ⁵⁵- CHAPONNIERE , J. R., PERREAU , D., & PLANE, P. (2013). L'Afrique et les grands émergents, AFD, Agence française de développement.
- ⁵⁶- TALAHITE , F. (2014). Présences chinoises : des marchandises, des entreprises, des hommes. Dans T. PAIRAULT , & F. TALAHITE , Chine-Algérie : Une relation singulière en Afrique (p. 256). Paris : Riveneuve Éditions .
- ⁵⁷- Voir le site officiel de l'ANDI : <http://www.andi.dz/>
- ⁵⁸- Les échanges commerciaux sont passés de 200 millions de dollars en 2000 à 10 milliards de dollars en 2014.
- ⁵⁹- Heritage est un tink tank américain, voir le site : www.heritage.org
- ⁶⁰- Selon l'agence ECOFIN, Sonatrach a repris le contrôle à 100% de la raffinerie de pétrole à d'Adrar, cette raffinerie est le résultat de une joint-venture avec CNPC en 2012.
- ⁶¹- Voir le Tableau 1 du classement des grandes firmes au niveau mondial, élaboré par Fortune.
- ⁶²- Dans le BTP, il y'a que des PME algériennes qui activent dans ce secteur, et qui trouvent des difficultés à concurrencer les firmes étrangères (et surtout les chinoises) dans la réalisation de grands projets en Algérie.

- ⁶³- SOUIAH, F. (2011). L'Algérie made by China. (P. U. Provence, Éd.) Le Maghreb dans la Mondialisation (116), p. 2.
- ⁶⁴- DIABY , F. (2014). Les stratégies des entreprises chinoises en Afrique : quels objectifs, quelle coopération ? NICE: Université de Nice Sophia Antipolis.
- ⁶⁵- LAFARGUE , F. (2007). La Chine, une puissance africaine. (C. d. contemporaine, Éd.) Perspectives chinoises (90).
- ⁶⁶- SOUIAH, F. (2011). L'Algérie made by China. (P. U. Provence, Éd.) Le Maghreb dans la Mondialisation (116), p. 2.
- ⁶⁷- DIABY , F. (2014). Les stratégies des entreprises chinoises en Afrique : quels objectifs, quelle coopération ? NICE: UNIVERSITE DE NICE SOPHIA ANTIPOLIS.
- ⁶⁸- Voir : <http://dz.kompass.com/c/zte-algerie-eurl/dz234643/>
- ⁶⁹- PAIRAULT , T. (2015). China's economic presence in Algeria. CNRS/EHESS.
- ⁷⁰- TALAHITE , F. (2014). Présences chinoises : des marchandises, des entreprises, des hommes. Dans T. PAIRAULT , & F. TALAHITE , Chine-Algérie : Une relation singulière en Afrique (p. 256). Paris : Riveneuve Éditions .
- ⁷¹- PAIRAULT, T. (2010). Le rôle des investissements directs entrants et sortants en Chine : Une appréciation. Région et Développement (31), p. 123.
- ⁷²- AFDB. (2012). Chinese Investments and Employment Creation in Algeria and Egypt. African Development Bank Group .
- ⁷³- BELKAID , A. (2010). Algérie 2009-2010. Dans Encyclopédie de l'état du Monde. La Découverte.
- ⁷⁴- SOUIAH, F. (2011). L'Algérie made by China. (P. U. Provence, Éd.) Le Maghreb dans la Mondialisation.
- ⁷⁵- PAIRAULT , T. (2015). China's economic presence in Algeria. CNRS/EHESS.
- ⁷⁶- PAIRAULT, T. (2010). Le rôle des investissements directs entrants et sortants en Chine : Une appréciation. Région et Développement (31).
- ⁷⁷- SOUIAH, F. (2011). L'Algérie made by China. (P. U. Provence, Éd.) Le Maghreb dans la Mondialisation (116), p. 2.
- ⁷⁸- Voir le site officiel du Ministère du commerce de la République populaire de Chine : <http://french.mofcom.gov.cn/>

