

***Analyse de la Politique de Soutien aux Exportations des PME dans la
Wilaya de Béjaïa***
Analysis of the support policy to exports of SME in the wilaya of Bejaia

Djaber BEZTOUH

Laboratoire d'économie de
développement Université de Béjaïa
djaberbeztouh@yahoo.fr

Mohammed ACHOUCHE

Laboratoire d'économie de
développement Université de Béjaïa
djaberbeztouh@yahoo.fr

JEL: G3, C1 Received date: 30-10-2017 Accepted paper: 25-12-2017

Résumé :

En Algérie, les chiffres du commerce extérieur des douanes algériennes indiquent que la contribution des PME aux exportations est dérisoire, elle ne dépasse pas 2 % du volume global des exportations de l'Algérie. Lever les freins à l'exportation consiste principalement à renforcer les ressources financières, humaines et les coopérations interentreprises des PME. Les opportunités d'actions pour les pouvoirs publics en Algérie demeurent importantes, il existe un potentiel non négligeable de nouveaux exportateurs parmi les PME non exportatrices déclarant une offre de produits ou services adaptée à l'exportation. Le rôle de l'État n'est pas de se substituer à l'initiative privée, mais de créer un environnement favorable au développement international des PME.

Cet article se propose, ainsi, d'analyser les mesures prises par les pouvoirs publics dans le cadre de la promotion et l'accompagnement des PME exportatrices. À cette préoccupation centrale, nous avons voulu y joindre un deuxième objectif, il s'agit d'identifier les handicaps structurels qui pèsent sur le développement international des PME.

Les résultats de notre enquête au sein des PME de la wilaya de Béjaïa font apparaître qu'après des années de mise en place d'un système de promotion aux exportations hors hydrocarbures, les entreprises rencontrent toujours les mêmes difficultés. Cela montre l'incapacité des pouvoirs publics à instaurer les réformes nécessaires, aussi il apparaît tout de même, que les contraintes qui freinent l'essor des exportations hors hydrocarbures en Algérie sont liées d'abord aux entreprises elles même.

Mots clés : PME, Exportation hors hydrocarbures, Programmes d'accompagnement,

المخلص:

تشير أرقام الجمارك الجزائرية عن التجارة الخارجية أن مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الصادرات ضئيلة جدا لا تتجاوز 2٪ من إجمالي حجم صادرات الجزائر. لا شك أن رفع القيود المتعلقة بالتصدير مرهون أساسا بتعزيز الموارد المالية والبشرية لهذه المؤسسات وتشجيع التعاون فيما بينها. باعتبار وجود إمكانية كبيرة للتصدير لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة، تبقى أساليب الدعم الحكومي مطلوبة سيما في تهيئة البيئة المواتية للتنمية الدولية لهذه المؤسسات.

يمكن هذا البحث في دراسة تحليلية لأساليب الدعم التي اتخذتها السلطات العمومية في الجزائر من أجل تعزيز ودعم المصدرين من أصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم وكذا تحديد العوائق الهيكلية التي تؤول دون تحقيق التنمية الدولية لهذه المؤسسات. تبين نتائج الدراسة المنجزة على عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية بجاية أنه بعد سنوات من محاولات لتشجيع الصادرات خارج المحروقات، لا تزال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تواجه نفس الصعوبات و لم يتحقق الهدف المنشود.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة , الصادرات خارج المحروقات , برامج الدعم الحكومي.

Introduction

Depuis plusieurs années, la réalité économique nous rappelle de manière persistante que les entreprises vivent à l'heure de la mondialisation. Dorénavant, on ne peut parler de gestion d'entreprise sans s'interroger sur la nécessité d'intégrer le phénomène de mondialisation de l'économie. Aussi, mondialisation de l'économie, ouverture des frontières, libéralisation des échanges sont-elles autant d'expressions qui commencent à devenir familières au commun des mortels et s'imposent bon gré mal gré plus particulièrement aux dirigeants d'entreprises.

A priori, le jeu des forces du marché et le fonctionnement de l'économie actuelle ne sont pas favorables aux PME. Pour une PME, s'internationaliser représente toujours un défi difficile à relever puisque, par définition, une PME cantonne son développement à sa région d'origine, qui est généralement aussi la région d'origine de son fondateur. Ce dernier à partir de cette base régionale a, après des

approches successives, défini un besoin latent, une technique originale de production, et l'approche d'un marché, puis surmonté un à un les obstacles innombrables qui se sont présentés pendant la longue élaboration de son projet. Il arrive pourtant que cette peur s'efface et que la tentation de « l'ailleurs » s'impose peu à peu, pour des raisons fort diverses, aux dépens des arguments et sentiments contraires que le chef d'entreprise tenait assurés jusqu'alors.

Le premier frein pour exporter et se développer à l'international est lié à la difficulté d'atteindre une taille critique. Lever ce frein consiste principalement à renforcer les ressources financières, humaines et les coopérations interentreprises des PME. Les opportunités d'actions pour les pouvoirs publics en Algérie demeurent importantes, il existe un potentiel non négligeable de nouveaux exportateurs parmi les PME non exportatrices déclarant une offre de produits ou services adaptée à l'exportation. Le rôle de l'État n'est pas de se substituer à l'initiative privée, mais de créer un environnement favorable au développement international des PME.

Notre démarche est, à la fois, exploratoire et analytique. Elle se propose d'identifier les principaux obstacles et contraintes faisant barrières aux PME durant leur démarche d'exportation, en s'efforçant de montrer si celles-ci se servent, à la mesure du potentiel, de l'ensemble des mesures et mécanismes d'aide instaurés par le gouvernement. Ainsi, nous cherchons à savoir ; dans quelle mesure ces derniers lèvent ces contraintes qui freinent l'expansion des exportations de ces entreprises. Dans ce cadre, nous tentons par le biais de notre étude de répondre aux questions suivantes :

- Quels sont les contraintes et les problèmes qui entravent le processus d'exportation des PME algériennes ?
- Quelles sont les politiques adoptées par l'Etat algérien dans le but de la promotion des exportations hors hydrocarbures ? Ces politiques d'accompagnement sont-elles adaptées aux besoins réels des entreprises ?

Afin de mettre en éclairage les contraintes et les risques inhérents au processus d'exportation des PME algériennes et la politique mise en place par les autorités publiques, dans le but d'appuyer les entreprises exportatrices, la réalisation d'une enquête de terrain auprès des PME s'avère indispensable. Il s'agit des PME qui ont déjà effectué des exportations et qui souhaitent améliorer leur

déploiement à l'international et les PME qui n'ont pas franchi le premier pas à l'exportation pour essayer d'aller au plus près des raisons ou empêchements liés à la situation. Nous avons pour cela réalisé une étude de terrain sur un échantillon de PME dans la wilaya de Béjaïa. La rencontre de certains responsables et leur interrogation sur leur expérience en matière d'exportation nous permettront de mettre en lumière la réalité de leurs besoins en matière d'accompagnement sur les marchés étrangers. Ainsi, la présente étude nous permettra de repérer les limites de la politique de promotion des exportations hors hydrocarbures établie par les pouvoirs publics algériens.

1. Éléments méthodologiques

Considérant le caractère spécifique de l'information nécessaire à la réalisation de cette étude, il est important d'attacher une attention particulière à la présentation détaillée de cette démarche. Nous allons en premier lieu, traiter la sélection des entreprises interrogées et des informations recueillies, puis nous présenterons, plus spécifiquement, les caractéristiques de l'échantillon final retenu pour la réalisation des analyses empiriques.

1.1. Les entreprises cibles et leurs caractéristiques

A priori, toutes les entreprises recensées dans le fichier de la direction des PME de la wilaya de Béjaïa qui se conforment à la définition de la PME en Algérie sont susceptibles d'intégrer notre échantillon initial. Toutefois, certaines restrictions s'imposent du point de vue des caractéristiques générales des entreprises recensées.

1.2. Population des PME dans la wilaya de Béjaïa

Béjaïa est l'une des régions les plus dynamiques à l'échelle nationale, elle est classée quatrième en termes de nombre de PME qu'elle abrite. La population des PME dans la wilaya de Béjaïa à la fin de l'année 2012 s'élevait à 17 216 entités employant 50 484 travailleurs¹. Le bâtiment et travaux publics, le commerce, le transport et communication sont les secteurs d'activité dominants, représentant plus de 50 % de la totalité des activités. Les PME de l'industrie agroalimentaire occupent une place importante dans le marché national. La richesse de la wilaya en ressources hydriques a été un

¹ D'après les chiffres de la direction de la PME de la wilaya de Béjaïa.

facteur déterminant dans la filière des boissons et du lait. La wilaya de Bejaia dispose de 17 zones d'activités, d'une superficie globale de 186 hectares, dont sept ont bénéficié en 2011 d'un programme de réhabilitation et de développement. La wilaya a bénéficié, en plus de celle de Béjaïa et d'Akbou, de deux autres zones industrielles dans le cadre des 36 zones programmées à l'échelle nationale, l'une à Boudjellil d'une superficie de 175 hectares et l'autre à El Kseur-Fénaïa d'une superficie de 176 hectares. Le tableau ci-après présente le nombre des PME enregistrées auprès de la direction de la PME et de l'artisanat de la wilaya de Béjaïa en fin de l'année 2014.

Tableau N° 01 : Population des PME de la wilaya Béjaïa en 2014

Nature de la PME	Nombre de PME	%
PME Privées	15 568	90,43
PME Publiques	41	0,24
PME Artisanales	1607	9,33
Total	17 216	100,0

Source : Document de la direction de la PME de la wilaya de Béjaïa.

Les renseignements qu'on peut tirer du tableau présenté ci-dessus sont que la répartition des PME par nature est marquée par la prédominance des PME privées avec un taux de 90,43 % du nombre total des PME existantes. L'exploitation des données des PME recueillies auprès de la direction des PME permet d'identifier les principales caractéristiques des PME dans la wilaya de Béjaïa, à savoir leur répartition sur les différents secteurs d'activité ainsi que leur répartition spatiale (par localisation géographique).

1.2.1. Répartition spatiale des PME

Le secteur privé dans la wilaya de Béjaïa a connu une réelle expansion dans la création et le développement des petites et moyennes entreprises. Ce phénomène est particulièrement perceptible dans la ville de Béjaïa. Par ailleurs, le développement de nouvelles zones d'activité dans la wilaya a engendré une nouvelle concentration spatiale comme le montre le tableau suivant.

Tableau N° 02: Répartition spatiale des PME privées de la wilaya de Béjaïa en 2014

N°	Daïra	Communes	Nombre de PME	%
01	<u>Adekar</u>	<u>Adekar • Taourirt Ighil • Beni Ksila</u>	79+47+72=198	1,27
02	<u>Akbou</u>	<u>Akbou • Chellata • Ishram • Tamokra</u>	1421+50+93+14=1578	10,14
03	<u>Amizour</u>	<u>Amizour • Beni Djellil • Semaoun • Ferraoun</u>	416+143+239+167= 965	6,20
04	<u>Aokas</u>	<u>Aokas • Tizi N'Barber</u>	332+71= 403	2,59
05	<u>Barbacha</u>	<u>Barbacha • Kendira</u>	143+80= 223	1,43
06	<u>Béjaïa</u>	<u>Béjaïa • Oued Ghir</u>	5220+317= 5537	35,57
07	<u>Béni Maouche</u>	<u>Béni Maouche</u>	74	0,47
08	<u>Chemini</u>	<u>Chemini • Tibane • Souk-Oufella • Akfadou</u>	145+48+116+68= 377	2,42
09	<u>Darguina</u>	<u>Darguina • Ait-Smail • Taskriout</u>	176+163+251=590	3,79
10	<u>Elkseur</u>	<u>El Kseur • Fenaïa Imaten • Toudja</u>	584+82+ 86= 752	4,83
11	<u>Ighil Ali</u>	<u>Ighil Ali • Ait-R'zine</u>	72+149= 221	1,42
12	<u>Kherrata</u>	<u>Kherrata • Draâ El-Kaïd</u>	461+222= 683	4,39
13	<u>Ifri Ouzellag</u>	<u>Ouzellaguen</u>	297	1,91
14	<u>Seddouk</u>	<u>Amalou • M'cisna • Bouhamza • Seddouk</u>	127+82+96+322 = 627	4,03
15	<u>Sidi-Aïch</u>	<u>Sidi-Aïch • Leflave • Tinabdher • Tifra • Sidi Ayad</u>	450+ 75+41 +63 + 43 = 672	4,32
16	<u>Souk El Tanina</u>	<u>Melbou • Souk El Ténine • Tamridjet</u>	148+359+84= 591	3,80
17	<u>Tazmalt</u>	<u>Tazmalt • Beni Mellikeche • Boudjellil</u>	616+30+119= 765	4,91
18	<u>Tichy</u>	<u>Boukhefifa • Tichy • Tala Hamza</u>	66+303+179= 548	3,52
19	<u>Timezrit</u>	<u>Timezrit</u>	467	3,00
Total			15 568	100

Source : Établi à partir des données fournies par la Direction de la PME de la wilaya de Béjaïa.

Les statistiques du tableau ci-dessus montrent que les PME privées de la wilaya de Béjaïa font ressortir un total de 15 568 PME. L'analyse de ces données nous affirme, tout d'abord, une différence très marquée entre la daïra de Béjaïa et le reste des daïras avec un nombre de 5537 PME, suivie par la daïra d'Akbou avec un nombre de 1578 PME. Ces deux Daïras accueillent près de 46 % des PME de la wilaya de Béjaïa.

1.2.2. Répartition des PME selon les secteurs d'activité

Le tableau ci- dessous nous indique la répartition des PME de la wilaya de Béjaïa par secteur d'activité

Tableau N° 03 : Répartition des PME de la wilaya de Béjaïa par secteurs d'activité en 2014

Secteur d'activité	Nombre de PME	%	Nombre d'emplois	%
01 Agriculture et pêche	355	2,28	2 000	4,16
02 Eau et énergie	03	0,02	22	0,05
03 Hydrocarbures	02	0,01	00	00
04 Services et travaux pétroliers	00	00	00	00
05 Mines et carrières	26	0,17	454	0,95
06 ISMME	322	2,07	1656	3,45
07 Matériaux de construction	256	1,64	1550	3,23
08 Bâtiment et travaux publics	3868	24,85	14 082	29,33
09 Chimie et plastique	105	0,67	662	1,38
10 Industrie agroalimentaire	551	3,54	2 952	6,15
11 Industrie du textile	132	0,85	367	0,76
12 Industrie du cuir	5	0,03	10	0,02
13 Industrie du bois et	730	4,69	1 755	3,65
14 Industrie divers	28	0,18	43	0,09
15 Transport et	2994	19,23	4 646	9,68
16 Commerce	3096	19,89	6 194	12,90
17 Hôtellerie et restauration	697	4,48	2 395	4,99
18 Services fournis aux entreprises	1105	7,10	5 163	10,75
19 Services fournis aux ménages	1136	7,30	2 596	5,41
20 Etablissements financiers	27	0,17	360	0,75
21 Affaires immobilières	81	0,52	497	1,03
22 Services pour collectivités	49	0,31	616	1,28
TOTAL	15 568	100	48 020	100

Source : Données recueillies auprès la Direction de la PME de la wilaya de Béjaïa.

L'analyse sectorielle des données recueillies sur les PME de la wilaya de Béjaïa en 2014 révèle que les PME privées (personnes morales) sont présentes en force dans les Services qui concentrent plus de la moitié des PME de statut privé. Nous remarquons la prédominance de trois secteurs d'activité, à savoir, le bâtiment et des travaux publics (non-pétroliers), le commerce et le transport et communication.

1.3. Sélection des entreprises à enquêter

La détermination de la population de l'étude est une phase importante, car la qualité des résultats dépend en grande partie de la représentativité de l'échantillon. Ainsi, l'application de critères standards de sélection des données à des fins de tests et la nécessaire maîtrise des coûts matériels liés à l'obtention d'informations à propos des PME et l'exportation hors hydrocarbures ont conduit à focaliser notre attention sur un panel de 100 PME. Par souci d'obtention d'un échantillon d'entreprises représentatif de la population des PME dans

la wilaya de Béjaïa, nous avons veillé à ce que les caractéristiques de cette population soient respectées dans l'échantillon.

Le choix des PME devant participer à l'enquête a été effectué par un tirage stratifié proportionnel et par un tirage à choix raisonné. L'implantation géographique, la taille et le secteur d'activité servaient de variables de stratification. Sur la base des informations fournies par la direction de la PME de la wilaya de Béjaïa, nous avons retenu :

- un nombre de PME par taille correspondant à la répartition moyenne des PME dans les trois catégories (microentreprises, petites entreprises et moyennes entreprises) ;
- un nombre de PME par secteur d'activité correspondant à la répartition moyenne des PME sur les 22 secteurs d'activité ;
- un nombre de PME par région correspondant à la répartition moyenne des PME dans les 19 daïras de la wilaya.

1.4. Déroulement de l'enquête

Afin de répondre aux questions que nous avons précédemment posées, nous avons procédé à la réalisation d'une enquête auprès d'un échantillon d'entreprises dans la wilaya de Béjaïa ayant une activité plus ou moins régulière. En voici la démarche que nous avons suivie : Bien que ce choix soit difficile à effectuer, il était important pour nous de nous rapprocher le plus possible des entreprises ayant connu une certaine présence sur les marchés étrangers. Nous avons envoyé 100 questionnaires et reçu de retour seulement 60 questionnaires utilisables. Ce nombre n'est cependant pas négligeable, car nous avons pu réaliser des entretiens semi-directifs et avons interviewé personnellement les responsables de certaines principales entreprises qui assurent les exportations hors hydrocarbures. Ces entreprises sont de nature et de statut juridique différents, ayant déjà exporté et/ou en train d'exporter.

1.5. Présentation du questionnaire

Nous avons établi un questionnaire comportant 49 questions au total réparties sur 06 grands axes à savoir :

Axe 1 : Identification de l'entreprise

Ce sont 08 questions d'ordre général, permettant de recueillir des renseignements généraux tels que la dénomination, la raison sociale et d'identifier la nature et le statut juridique des entreprises, leurs secteurs d'activités et leurs tailles (mesurée par le nombre de travailleurs).

Axe 2 : L'entreprise et les premiers pas à l'exportation

Comporte 13 questions touchant principalement les premiers pas de l'entreprise à l'exportation, permettant de recueillir des informations sur les activités réalisées au niveau international par l'entreprise, l'origine de la première opération d'exportation.

Axe 3 : L'entreprise et la stratégie d'exportation

Cet axe comporte 11 questions qui permettent d'identifier les modalités d'accès aux marchés internationaux, les facteurs de réussite de la démarche d'exportation et sa structure à l'export.

Axe 4 : L'évolution du processus d'exportation dans l'entreprise

Cette partie comporte six questions liées à la part des exportations dans le chiffre d'affaires de l'entreprise et évolution de cette part dans le temps dans le but de déceler l'effet des mesures prises par les pouvoirs publics pour commencer l'exportation hors hydrocarbures.

Axe 5 : L'entreprise et les obstacles à l'exportation

Cet axe recèle des questions liées aux obstacles et contraintes faisant barrières aux entreprises dans leurs démarches d'exportations ainsi que les risques auxquels elles s'exposent.

Axe 6 : L'entreprise et les politiques de soutien de l'État aux exportations hors hydrocarbures

Comporte neuf questions touchant principalement les mesures incitatives à l'export mises en place par les pouvoirs publics, ainsi que les attentes des entreprises en matière d'accompagnement dans leur démarche de conquête de marchés étrangers.

1.6. Technique du dépouillement et traitement des données

Afin de dépouiller l'ensemble des données collectées dans le cadre de notre enquête, nous avons procédé au traitement manuel de celles-ci. Ce type de traitement convient à un petit nombre de questionnaires, et permet d'effectuer le simple comptage de réponses obtenues pour chacune des questions posées. Nous allons dans la section suivante traiter et analyser les résultats relatifs aux caractéristiques générales des PME interrogées ainsi que celles liées à leur activité d'exportation, enfin aux appuis mobilisés.

2. Présentation et traitement des résultats de l'enquête

Nous allons en premier lieu identifier le profil des entreprises enquêtées, puis les différentes entraves que les entreprises rencontrent tout au long de leur démarche exportation sur le terrain. En dernier lieu, nous analyserons les dispositifs d'appui dont bénéficient ces

entreprises ainsi que leurs attentes en matière d'accompagnement dans la conquête des marchés étrangers.

2.1. Identification des entreprises enquêtées

Afin de pouvoir caractériser les entreprises enquêtées, l'identification des entreprises consiste à dénombrer leurs caractéristiques à savoir :

2.1.1. La nature juridique des entreprises enquêtées

La répartition selon la nature juridique des entreprises de notre enquête affiche les résultats qui sont résumés dans le tableau suivant :

Tableau N° 04 : Répartition des entreprises selon la nature juridique

Nature	Nombre de PME	Part en %
Privée	49	81,67
Publique	05	8,33
Mixte	06	10
Total	60	100

Source : résultats de l'enquête de terrain

Depuis les années 1990, le privé accroît de plus en plus sa place dans la création des entreprises de différent secteur d'activités soit 81,67 % des entreprises enquêtées sont de nature juridique privée. Uniquement 8,33 % de ces entreprises sont de la propriété de l'État. Quant au reste qui est de nature mixte présente une part de 10 % des entreprises interrogées.

2.1.2. Répartition des entreprises selon le statut juridique

Les formes juridiques revêtues par les entreprises de notre échantillon sont diverses et variées, les résultats de notre enquête sont résumés dans le tableau suivant :

Tableau N° 05 : Répartition des entreprises enquêtées selon le statut juridique

Statut juridique	Nombre de PME	Part en %
SNC	14	23,33
SARL	22	36,67
SPA	06	10,00
EURL	18	30,00
Total	60	100

Source : résultats de l'enquête de terrain

La structure juridique des PME est variable, toutefois, on constate une forte proportion de sociétés à responsabilité limitée (SARL 36,67 %). Les PME sont à la différence des Grandes

Entreprises, centrées sur la personne du dirigeant. Ceci se vérifie pour notre échantillon dans la mesure où la proportion des PME qui sont des entreprises individuelles est importante 30 %. Les autres statuts juridiques existent, mais avec de faibles proportions.

2.1.3. Répartition des entreprises interrogées selon la taille

Sur le plan de la répartition selon la taille le tableau N°6 laisse apparaître les résultats suivants :

Tableau N° 06: Répartition des entreprises interrogées en fonction de leur taille

Taille de l'entreprise	Nombre d'entreprises	Part en %
Moyenne entreprise	08	13,33
Petite entreprise	32	53,34
TPE (très petite entreprise)	20	33,33
Total	60	100

Source : résultats de l'enquête de terrain

L'analyse par taille des entreprises enquêtées révèle que la majorité de ces dernières sont des Petites Entreprises employant entre 10 et 49 employés avec une part de 53,34 %. Cela n'est pas le fait du hasard, mais conditionné par un certain nombre de critère pris pour assurer la représentativité de l'échantillon. Pour les microentreprises, celles-ci représentent une part de 33,33 % du total des entreprises de l'échantillon, dont la majorité sont des entreprises familiales.

2.1.4. Répartition des entreprises selon le secteur d'activité

Les entreprises interrogées exercent leurs activités dans différents secteurs. 43.33 % d'entre elles sont dans l'agroalimentaire qui est le secteur le plus dominant. Après avoir adopté les réformes économiques, qui ont pour but de mettre en place une économie de marché en Algérie, le secteur des industries agroalimentaires a subi un grand changement dans sa configuration. Le secteur matériaux de construction représente 16.66 % des entreprises enquêtées. Le secteur chimie et plastique vient en troisième position avec une part de 10 %.

Tableau N° 07 : Répartition des entreprises enquêtées par secteur d'activité

Secteur d'activité	Nombre d'entreprises	Part en %
Industrie agroalimentaire	26	43,33
Industrie de textile et cuire	02	03,33
Matériaux de construction	10	16,67
Bois, liège et papier	04	06,67
Chimie et plastique	06	10,00
Commerce de gros ou détail	02	03,33
Entreprise de service	00	00
Industrie de ressources	00	00
ISMME	04	06,67
Autres	06	10,00
Total	60	100

Source : résultats de l'enquête de terrain

2.1.5. L'ancienneté des entreprises interrogées

Tableau N° 08 : Répartition des entreprises par catégorie d'âge

Années d'ancienneté	Nombre d'entreprises	Part en %
Inférieur à 5 ans	25	41,67
Entre 5 et 10 ans	22	36,67
Supérieur à 10 ans	13	21,66
Total	60	100

Source : résultats de l'enquête de terrain

La répartition des PME enquêtées par catégorie d'âge (tableau 08) indique qu'environ 22% d'entre elles sont installées depuis plus de 10 ans. Quelque 37% sont âgés entre 5 et 10 ans. Les plus jeunes entreprises, celles qui ont moins de 5 ans d'existence, sont nombreuses, soit 41,67% de l'échantillon.

2.2. L'entreprise et les premiers pas à l'exportation

2.2.1. Position des entreprises à l'égard de l'objectif d'exportation

Parmi les entreprises interrogées, 40 % ont déclaré que l'exportation constitue pour elles un objectif principal. Et parmi ces dernières, 8,33 % considèrent que l'exportation est un moyen de survie, 91 % au contraire le considèrent comme un moyen de développement de l'entreprise. Quant aux entreprises pour lesquelles l'exportation n'est pas un objectif principal, elles sont de l'ordre de 60 % et 27,28 % d'entre elles jugent que le marché local est satisfaisant, par contre 5,55 % justifient cela par le manque des ressources (financières et humaines).

2.2.2. Situation des entreprises à l'égard de l'exportation

Tableau N° 09: Situation des entreprises à l'égard de l'exportation

	Nombre d'entreprises	Part en %
L'entreprise exporte des produits ou services	22	36,37
L'entreprise a déjà exporté, mais seulement une fois	08	13,33
L'entreprise a déjà débuté des démarches d'exportation, mais elle a abandonné cette idée	08	13,33
L'entreprise n'a jamais pensé pouvoir exporter	18	30,00
Le produit ou service n'est pas exportable	04	06,67
Total	60	100

Source : résultats de l'enquête de terrain

Ce tableau a pour objectif de déterminer les situations qui s'appliquent aux entreprises interrogées à l'égard de l'exportation. D'après les données du ce tableau nous pouvons constater que plus de 36% des entreprises interrogées exportent des produits ou services. 30 % des entreprises interrogées n'ont jamais pensé qu'elles pourraient exporter, et plus de 13 % des entreprises ont déjà débuté des démarches d'exportations, mais elles ont abandonné cette idée. La même proportion d'entreprises, soit 13,33% ont déclaré qu'elles ont déjà exporté, mais seulement une fois.

2.2.3. Participation des entreprises aux manifestations commerciales

La majorité des entreprises enquêtées soit 87 % déclarent avoir participé à des foires internationales en Algérie et plus de 36 % ont participé à des foires internationales à l'étranger.

2.2.4. Les causes expliquant le non-engagement des PME dans l'activité d'exportation

Tableau N° 10 : Les raisons de non-engagement des PME dans l'activité d'exportation

	Nombre de PME	Part en %
L'entreprise n'est pas intéressée par l'exportation	02	06,00
Les produits de l'entreprise ne peuvent être exportés	04	12,00
Le marché local est suffisant pour votre entreprise	14	46,67
Le processus d'exportation est jugé trop long et complexe	09	30,00
Les activités d'exportation sont jugées risquées	04	12,00
Le manque d'expérience pour lancer l'entreprise sur le marché international	12	40,00
L'exportation fait peur à l'entreprise	0	0
Le manque d'aide des autorités publiques	13	43,33
L'exportation ne cadre pas avec l'objectif de croissance de l'entreprise	05	16,67
L'entreprise est trop jeune	08	26,67
Autre	02	06,00

Source : Résultats de l'enquête de terrain

L'objectif de la question est de savoir pourquoi ces entreprises ne sont pas engagées dans l'activité d'exportation. D'après les résultats de l'enquête, 47% des PME ne sont pas engagées dans l'international car le marché local est suffisant pour elles. En revanche, d'autres entreprises, soit 43,33% veulent que leurs produits soient exportés, mais le manque de l'aide des autorités publiques et le manque de l'expérience pour se lancer sur le marché international, ont conduit ces dernières à abandonner l'idée d'exportation. Certaines entreprises, soit 30% considèrent que le processus d'exportation est trop long et complexe, et 26,68 % des entreprises considèrent qu'elles sont trop jeunes pour se lancer à l'international.

2.2.5. Modalités d'accès au premier marché export

Tableau N°11 : Modalités d'accès au premier marché export

	Nombre d'entreprises	Part en %
Une sollicitation directe d'un client étranger	10	33,33%
Un contact sur un salon à l'étranger	12	40%
Un contact sur un salon en Algérie	06	20%
Une démarche de prospection à l'étranger	02	6,67%
Un e-mailing	0	0%
Une recommandation d'une entreprise/un partenaire/fournisseur	0	0%
Autres (appel d'offre)	0	0%

Source : Résultats de l'enquête du terrain

Pour 33 % des PME de l'échantillon, la première exportation a été déclenchée par la sollicitation d'un client étranger. Une présence sur un salon, tant en Algérie qu'à l'étranger, est à l'origine de 60 % de premières exportations. C'est donc l'environnement qui déclenche le

plus souvent l'exportation. On remarque que la participation à des salons à l'étranger est un bon vecteur pour se faire connaître d'acheteurs étrangers. En revanche, la participation à des salons en Algérie semble moins privilégiée (ou fructueuse) pour déclencher une première exportation.

2.3. L'entreprise et la stratégie d'exportation

2.3.1. Le mode d'accès utilisé par les entreprises exportatrices

Tableau N° 12 : Le mode d'exportation choisi par les PME exportatrices enquêtées

Mode d'exportation	Nombre de PME	Part en %
Exportation directe	22	73,33
Exportation indirecte	06	20,00
Implantation commerciale	02	06,66

Source : Résultats de l'enquête du terrain

La plupart des PME (73%) exportent leurs produits sans intermédiaire. Cette modalité d'exportation s'impose en raison du produit ou de la prestation proposée par l'entreprise : comme le montre l'enquête, une activité «sur-mesure » entraîne plus souvent une commercialisation en direct (il est alors difficile d'identifier un agent pour des positionnements haut de gamme ou sur des marchés de niche). Inversement, le caractère standard de certains savoir-faire rend plus aisé le recours à un distributeur ou un agent commercial.

2.3.2. Les principaux facteurs favorables au développement des exportations perçus par les exportateurs interrogés

Cette question a été posée dans le but de savoir si les entreprises exportatrices étant conscientes des facteurs qui peuvent les aider à réussir à l'international dans leur domaine d'activité.

Tableau N° 13 : Impressions des entreprises exportatrices sur les facteurs de réussite à l'international

	Nombre de PME	Part en %
Le prix	08	20,00
Les outils commerciaux adaptés	03	10,00
La notoriété de l'entreprise	06	26,66
Le savoir-faire	08	30,00
L'existence d'une structure dédiée à l'export	03	10,00
Un site internet	03	10,00
Avoir déjà réussi en Algérie	07	23,33
Les services liés aux produits	04	13,33
La qualité du produit	10	33,33

Source : Résultats de l'enquête du terrain

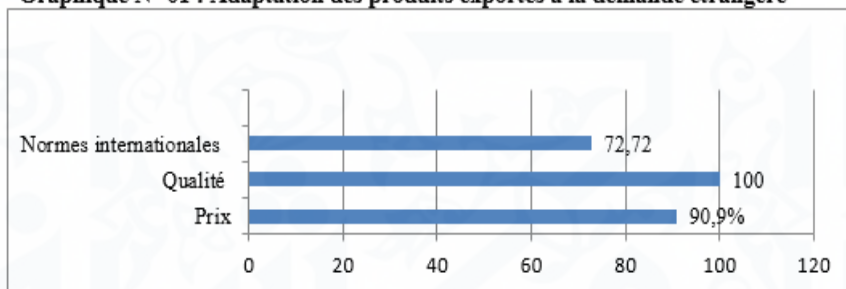
Une part importante des PME exportatrices interrogées soit 33,33 % estiment que l'offre de produits de bonne qualité constitue le facteur essentiel de leur réussite. À l'international. Une proportion de 27 % estime qu'un prix compétitif à l'export est essentiel au même titre que le savoir-faire. Par contre 10 % des entreprises, estiment qu'avoir une structure dédiée à l'export, un site internet et des outils commerciaux adaptés constituent des stratégies et des moyens qui peuvent être à l'origine de succès de leurs entreprises à l'international.

2.3.3. L'existence d'une structure export au sein de l'entreprise

Environ 80 % des PME interrogées ne disposent pas d'une structure export, puisque leur activité d'exportation n'est pas permanente cela peut être expliqué par des considérations liées aux capacités financières de l'entreprise et le souci de réduction des changes. Le reste des entreprises soit 20 % disposent d'une structure export et cela pour leur permettre une meilleure organisation de leurs activités d'exportation et renforcer leurs relations avec des partenaires étrangers.

2.3.4. L'adaptation des produits à la demande étrangère

Graphique N° 01 : Adaptation des produits exportés à la demande étrangère

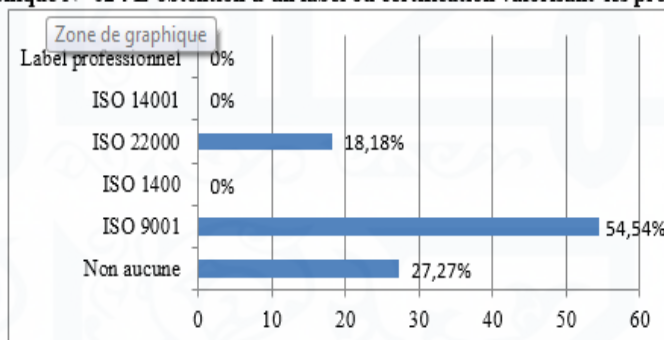


Source : Établi à base des données de l'enquête

Toutes les entreprises exportatrices ont déclaré avoir adapté leurs produits en termes de qualité à la demande étrangère. 91 % d'entre elles adaptent leurs produits en termes de prix et 73 % en termes de normes internationales (ISO) à la demande étrangère.

2.3.5. Les labels ou certifications obtenus pour les produits des entreprises exportatrices

Graphique N° 02 : L'obtention d'un label ou certification valorisant les produits des entreprises

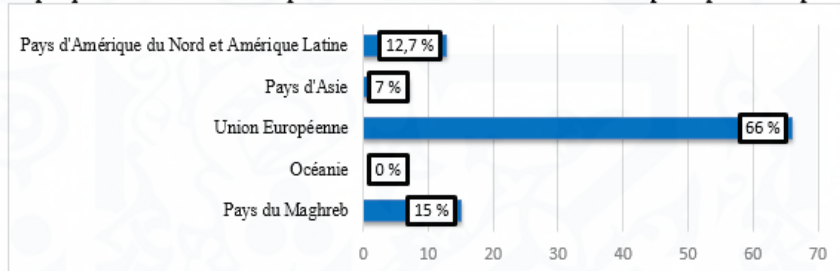


Source : Établi à base des données de l'enquête.

Parmi les PME exportatrices interrogées, 72 % d'entre elles procèdent à la certification de leurs produits, dont 55 % ont obtenu la certification ISO 9001, et 18 % la certification ISO 22000.

3.3.6. Les entreprises exportatrices et le choix de la destination principale à l'export

Graphique N° 03 : Les PME exportatrices et le choix de la destination principale à l'export



Source : Établi à base des données de l'enquête.

Nous pouvons constater d'après les données de ce graphique qu'il existe plusieurs destinations des exportations des PME interrogées. 66 % de ces dernières exportent vers les pays de l'Union Européenne et 15% les pays du Maghreb, cela s'explique par le rapprochement culturel et géographique avec les deux destinations. Il y a peu d'entreprises qui exportent vers les pays d'Asie et les pays d'Amérique du Nord et d'Amérique latine. Pour l'océan aucune exportation n'est faite auprès de ce continent.

2.4. L'évolution du processus d'exportation dans l'entreprise

2.4.1. La part des recettes d'exportations dans les recettes totales de l'entreprise

L'évolution du chiffre d'affaires à l'export des entreprises répondantes reste difficile à repérer puisque la majeure partie des exportateurs n'a pas souhaité nous communiquer leur chiffre d'affaires pour raison de confidentialité. Néanmoins, depuis leur première exportation, 45,45 % des entreprises répondantes ont vu leur part de CA à l'export progresser suite à l'augmentation de la demande des marchés cibles.

3.5. L'entreprise et les obstacles à l'exportation

3.5.1 Les facteurs qui peuvent faire obstacle à la démarche exportatrice des entreprises enquêtées

Tableau N° 14 : Les obstacles faisant barrière à l'exportation

Zone de graphique	Nombre d'entreprises	Part en %
Les lourdeurs administratives	16	26,67
Les difficultés d'accéder au financement	08	13,33
Le manque d'informations sur les marchés étrangers	09	15,00
Les coûts de transports et d'assurance	07	11,67
Les obstacles liés à l'obtention d'aide et d'incitation des organismes publics de soutien aux exportations hors hydrocarbures	19	31,66
Autre (la concurrence étrangère)	08	13,33

Source : Tableau établi à base des données de l'enquête.

D'après ce tableau on constate que 27 % des entreprises interrogées se plaignent des lourdeurs administratives à l'exportation, ce qui a conduit à des conséquences néfastes en termes de délais et de coût de transactions. 15 % des entreprises enquêtées jugent qu'elles ne sont pas assez informées sur le marché étranger, 32 % des entreprises exportatrices ont souligné le manque d'aide et de soutien à l'export de la part des pouvoirs publics et se plaignent des coûts élevés du transport et d'assurance. 13 % des entreprises exportatrices ont trouvé des difficultés d'accéder au financement et jugent qu'il y a absence de crédit à l'export, donc on peut dire que les banques ne jouent pas un

rôle d'appui. Aussi 13 % des entreprises se plaignent de la concurrence étrangère.

2.5.2. Les risques auxquels sont exposées les entreprises exportatrices

Les exportations sont des opérations risquées, le tableau suivant nous résume les risques auxquels sont confrontées les entreprises exportatrices.

Tableau N° 15 : Les risques liés à l'exportation courus par les entreprises

Risque à l'export	Nombre d'entreprises	Part en %
Risque commercial	18	60,00
Risque pays	7	23,23
Risque de change	12	40,00

Source : Tableau établi à base des données de l'enquête.

D'après les résultats de l'enquête, 40 % des entreprises interrogées sont exposées au risque de change suite aux fluctuations du taux de change. Le deuxième type de risque lié à l'exportation mentionné par les entreprises enquêtées est le risque commercial à raison de 60 %. Ce risque se manifeste lorsque les acheteurs étrangers ne s'acquittent pas de leurs engagements, donc les entreprises exportatrices subissent le risque de défaillance de leurs clients. Parmi les entreprises interrogées, 23 % sont exposés aux risques pays qui naissent des situations politiques et économiques défavorables des pays cibles.

2.6. Les politiques de soutien de l'État en faveur des exportations hors hydrocarbures

Le développement des exportations hors hydrocarbures constitue une préoccupation majeure des pouvoirs publics. Pour cela l'Etat Algérien met en œuvre un ensemble de dispositifs d'aides aux exportations hors hydrocarbures.

2.6.1. Les organismes dédiés aux services des entreprises exportatrices

Le tableau suivant nous retrace à quel degré les entreprises exportatrices connaissent les organismes dédiés au service à leur faveur.

Tableau N° 16: Les organismes de l'État les plus connus pour la promotion des exportations HH

	Nombre d'entreprises	Part en %
(Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur	20	66,67
FSPE (Fonds Spécial pour les Exportations)	07	23,33
SAFEX (Société Algérienne pour les Foires et les Expositions)	25	83,33
CAGEX (Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations)	10	33,33
COFACE -Algérie (Service de la Compagnie Française d'Assurance	04	13,33
CACI (Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie)	18	60,00
ANXEL (Association Nationale des Exportateurs Algériens)	03	10,00
PROMEX (l'Office Algérien de Promotion du Commerce Extérieur)	02	6,67 %
Autres (de consortiums)	02	6,67 %

Source : Tableau établi à base des données de l'enquête

Cette question a pour objectif de savoir si les entreprises interrogées connaissent les différents organismes d'appui et de soutien à l'exportation, et d'après les résultats nous pouvons dire qu'une grande proportion de ces entreprises soit, 67 % connaissent l'ALGEX et SAFEX . 60 % des entreprises interrogées sont au courant de l'existence de la CACI. Ainsi la CAGEX est connue par 33 % des entreprises enquêtées, et peu d'entreprises connaissent l'ANXEL soit 10 %.

2.6.2. Les entreprises bénéficiaires des politiques de soutien à l'export mises en œuvre par le gouvernement

Parmi les questions posées, on s'est interrogé sur les entreprises bénéficiaires du soutien mises en œuvre par le gouvernement. Nous avons constaté que 54,54 % des entreprises interrogées ont bénéficié des aides en provenance des pouvoirs publics alors que les 45,45 % des entreprises interrogées déclarent n'avoir bénéficié d'aucune aide en provenance des acteurs publics de promotion des exportations.

2.6.3. Nature des aides perçues par les entreprises exportatrices

On s'est interrogés sur la nature des aides fournies par les pouvoirs publics en faveur des entreprises exportatrices. Il s'est révélé que la majorité des entreprises soit, 80 % d'entre-elles ont bénéficié des aides sous forme de participations à des salons auprès de SAFEX. Mais d'après les exportateurs, les différentes missions énumérées précédemment ne sont pas remplies par cette dernière, ils lui

reprochent ses coûts élevés et son service médiocre, ils y ont recours juste parce que c'est un passage obligé. Soit 33,33 % des entreprises qui ont obtenu des aides, ont déclaré avoir bénéficié des informations juridiques. 16,67 % de ces entreprises ont obtenu des aides financières en provenance du FSPE, mais d'après ces entreprises cet organisme est caractérisé par la lenteur dans le traitement des dossiers (plusieurs mois). Aussi peu d'entreprises soit 16,67 % ont obtenu des aides sur la recherche des partenaires, ces derniers vont leur permettre de surmonter les difficultés de pénétration des marchés étrangers. Aucune entreprise n'a obtenu des aides concernant l'information sur les marchés étrangers ou d'ordre fiscal. De ce fait, nous pouvons dire qu'après l'analyse des données ci-dessus que ces entreprises ont reçu peu d'aides de ces organismes d'appuis à l'exportation.

Tableau N°17: Natures des aides publiques perçues par les entreprises exportatrices

	Nombre d'entreprise	Part en %
Aide financière	1	16,67%
Informations juridiques	2	33,33
Recherche de partenaires	1	16,67%
Participation à des salons	4	66,67
Informations sur les marchés étrangers	0	0%
Informations sur la fiscalité	0	0%

Source : Tableau établi à base des données de l'enquête

2.6.4. Les entreprises exportatrices et le recours aux compagnies d'assurance couvrant les risques liés aux exportations

Nous avons interrogé les entreprises si elles sont au courant de l'existence de compagnies d'assurance couvrant les risques liés à l'exportation, 90% de ces entreprises déclarent connaître ces compagnies d'assurance et 10% ignorent l'existence de telles compagnies. Puis, nous nous sommes intéressés au recours des entreprises exportatrices à ces différentes sociétés d'assurance.

La majorité des entreprises qui ont bénéficiées de la même couverture des risques liées à l'exportation ont fait recours à la CAGEX soit 81,81%, et seulement 9,9% de ces entreprises ont couvert leurs opérations d'exportation auprès de la Coface-Algérie. 10% des entreprises n'ont fait recours à aucune couverture contre les risques liés à leurs exportations. Même si on reproche à cette dernière

de ne pas assurer tous les risques tels que, le risque de change qui est le plus confronté par ces entreprises.

2.6.5. Le degré d'appréciation des entreprises exportatrices des politiques d'accompagnement et de soutien mises en place par le gouvernement

Le but de cette question est de savoir comment les entreprises exportatrices jugent les politiques de soutien de l'État aux exportations hors hydrocarbures. D'après l'analyse des données mises à notre disposition, nous avons pu constater que la majorité de ces entreprises soit 63,63 % jugent que le soutien de l'État est sans influence à leurs démarches d'exportation et ne répond pas à leurs attentes et ne correspond pas à leurs profils.

Environ 18 % des entreprises interrogées déclarent que les aides publiques ont une influence positive sur leurs activités d'exportation.

Tableau N° 18: Degré d'appréciation des entreprises interrogées des politiques et organismes d'appui mis en place par le gouvernement

	Fréquence
Très contraignants	0 %
Contraignants	18,18 %
Sans influence	63,63 %
Encourageantes	18,18
Très encourageants	0 %

Source : Tableau établi à base des données de l'enquête

De ce fait, nous pouvons dire que les politiques d'accompagnement et de soutien ne sont pas adaptées aux attentes et aspirations des entreprises exportatrices.

Conclusion

Suite à deux décennies de réformes, l'Algérie n'a pas su encore instaurer une économie de marché performante. Les PME algériennes sont confrontées, par conséquent, à un environnement turbulent freinant leur développement. Cet environnement est caractérisé par la formation des prix hors du marché et les entraves à la concurrence et au libre entrepreneuriat.

Ces entreprises ont un double défi, celui d'évoluer dans un environnement local encore instable en raison de la transition

économique inachevée, et de devoir se faire une place dans un environnement désormais mondial. Les efforts consentis ne sont pas parvenus à dynamiser les PME exportatrices. En effet, La relance des exportations hors hydrocarbures par le biais des petites et moyennes entreprises nécessite un examen en profondeur des mesures prises. Tout en tenant compte des marchés d'exportation éventuels et des avantages comparatifs dont bénéficie l'économie nationale, ces mesures concourent à promouvoir les activités d'exportation, d'un côté, et à diversifier le tissu industriel, de l'autre.

Le but étant de diminuer la dépendance envers le secteur des hydrocarbures et d'intégrer particulièrement ce type d'entreprises d'une manière compétitive aux courants des échanges internationaux. Malheureusement, les PME en Algérie dissimulent une grande fragilité que nous pouvons expliquer par le fait qu'elles n'ont pas bénéficié d'une politique globale de développement et les mesures établies en leur faveur ne sont pas articulées à une vision de long terme. Notre enquête auprès d'un échantillon d'entreprises dans la wilaya de Béjaïa a révélé que la culture entrepreneuriale algérienne ne conduit pas ces entreprises à se tourner spontanément vers l'export. Le faible engagement de ces entreprises sur les marchés étrangers est dû à une multitude d'obstacles qui nuisent à leur développement international.

Il est tout de même remarquable que les institutions chargées d'accompagner ces entreprises se heurtent elles-mêmes à de nombreuses contraintes, qui limitent leur implication dans la promotion des exportations hors hydrocarbures. Les opinions des opérateurs que nous avons pu recueillir ont montré le faible caractère incitatif du dispositif d'appui à l'export, et souligné la nécessité du renforcement d'une panoplie de programmes capables de les accompagner lors de toutes les étapes de réflexion et action internationale. Les résultats auxquels nous avons abouti constituent une base non négligeable pour orienter les actions visant l'amélioration des conditions des PME en Algérie. Cependant, le travail demeure perfectible avec une plus grande mobilisation de données.

Références bibliographiques

AIANE H., 2008. *La question des zones de libre-échange : étude de cas de l'accord d'association Algérie- Union Européenne*, Thèse de Magister en Sciences Economiques, Université de Béjaïa.

ALGEX : Agence Nationale de la promotion du commerce extérieur. 2007. « Cadre incitatif à l'export ».

ALLALI B., 2003. *Vision des dirigeants et internationalisation des PME marocaines et canadiennes du secteur agro- alimentaire*, Thèse de Doctorat en Administration, Université HEC Montréal.

ARROUCHE N., 2014. *Essai d'analyse de la politique de soutien aux exportations hors hydrocarbures en Algérie : contraintes et résultats*, Mémoire de magister en Sciences Economiques, Université de Tizi Ouzou.

BECUWE S., 2006. Commerce international et politiques commerciales, Ed. Armand Colin, France.

BELZE L., et GAUTHIER O., 2002. Innovation et croissance économique : rôle et enjeux du financement des PME, *Papier de recherche, Université de Bourgogne*.

BEN HAMMOUDA H. and al., 2003. L'intégration régionale en Afrique central : bilan et perspectives, Ed. Kartala, Paris, 2003.

BENINI M., 2009. « Les plus grandes difficultés pour l'exportateur sont sur la chaine logistique », *In Revue actualité économique en Méditerranée, Econostrum.info, 09 Juin 2009*.

BEZTOUH D., 2013. « Les exportations hors hydrocarbures en Algérie : quelles contraintes et quelles stratégies pour leur développement ? », *In actes des journées organisées par le département des Sciences Commerciales en collaboration avec la chambre de commerce et d'industrie de la Soummam de Béjaia (CCISB) intitulée : Rôle de l'Etat dans la promotion et l'accompagnement des PME exportatrices en Algérie, les 24 et 25 juin 2013*.

BOUVERET R. et MERVERT S., 2010. PME : conquérir des parts de marché à l'international, Ed. Dunod. Paris.

BUGHIN C., et COLOT O., 2008. « La performance des PME familiales belges : Une étude empirique ». *In Revue française de gestion, 2008/6 n° 186, pp. 1-17*.

DAOUD S., 2009. « Les nouvelles stratégies d'intervention vis-à-vis de la PME au Maghreb : cas de l'Algérie », *Papier de recherche, In Actes de la 11ème journée scientifique de réseau entrepreneuriat, Université des sciences*

DECALUWE B. and al., 2001. « *Etude sur le système d'incitation et de protection effective de la production en Algérie* », *Rapport Développement Économique International (DEI)* ,16 octobre 2001.

DJMAI S., 2013. « *Les PME exportatrices : Croissance Economique hors hydrocarbures* », *In actes du colloque international sur le thème : Evaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014 et leurs retombées sur l'emploi, l'investissement, la croissance économique, Université de Sétif, les 11et 12 mars 2013.*

GEOGES M., 1964., « *Le commerce extérieur de l'Algérie en 1964* », *In Revue de géographie de Lyon, n°4.*

GODELUCK Y. et DARNEIX C., 2012. « *Les PME en Algérie et les politiques de soutien à leur développement* », *In Service économique régional d'Alger, Janvier 2012. Alger.*

HAMELIN A., 2010. *Contrôle, financement et croissance des petites et moyennes entreprises*, Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion, Université de Strasbourg et Université Libre de Bruxelles.

HASSAINE K., 2011. *Accords d'association Algérie Union Européenne : Quelles perspectives pour l'économie algérienne ?* , Mémoire de Magister en Sciences Economiques, Université d'Oran.

HUGON P., 2003. *Les économies en développement à l'heure de la régionalisation*, Ed. Karthala, Paris.

KRUGMAN P. and al., 2006. *Économie internationale* ,7^{ème} édition, Ed. Pearson Education, Paris.

LACHMANN J., 1999. *Capital-risque et capital investissement*, Ed. Economica, Paris.

LEFILLEUR J., 2008. « *Comment améliorer l'accès au financement pour les PME d'Afrique subsaharienne ?* ». *In Afrique contemporaine*, 2008/3 n° 227, pp. 153-174.

LESCURE M., 2001 b. « *Histoire d'une redécouverte : les PME* », *In Entreprises et histoire*, 2001 /2 n° 28, p. 5-9.

LEVRATTO N., 2009. *Les PME*, 1ère édition, Ed. De Boeck, Paris.

M'HAMSADJI- BOUZIDI N., 1988. *Le monopole de l'Etat sur le commerce extérieur (1974 - 1984)*, Ed. OPU, Alger.

MIMOUNE L., 2003. *Commerce extérieur et développement : quelle spécialisation pour l'Algérie dans le cadre de la mondialisation ?* Mémoire de magister en Sciences de gestion, Université de Béjaia, juin 2003.

Ministère du commerce., 2015. Le commerce en revue, Documents publiés à l'occasion de la Conférence Nationale sur le Commerce Extérieur, Palais des Nations, Alger 30 et 31 mai 2015.

Ministère du commerce, Direction de la promotion des exportations., 2007. « Recueil relatif aux avantages et facilitations accordés aux exportations, aux exportations hors hydrocarbure, Avril 2007.

OCDE., 2004. « Caractéristiques et importance des PME ». In *Revue de l'OCDE sur le développement*, 2004/2 no 5, pp. 37-46.

REDOUANE A., 2009. *Développement des PME et promotion des exportations : quelles perspectives pour l'Algérie ? Une étude de cas de la wilaya de Béjaia*, Mémoire de Magistère en Sciences Economiques, Université de Béjaia.

SAVIGNAC F., 2007. « Quel mode de financement pour les jeunes entreprises innovantes : Financement interne, prêt bancaire, ou capital-risque ? », In *Revue économique*, 2007 /4 Vol. 58, pp. 863-889.

TORRES O., 2011. « Proxémies financières des PME : Les effets collatéraux de la financiarisation des banques ». In *Revue française de gestion*, 2011/4 n° 213, pp. 189-204.

WRIGHT M., 2002. « Le capital-investissement », In *Revue française de gestion*, 2002/5 - no 141, pp. 283 - 302.

WITTERWULGHE R., 1998. *La PME une entreprise humaine*, Ed. Deboek Université, Bruxelles.

Sites internet

- Site de l'OMC sur <http://www.wto.org>.
- Site de ministère du commerce, www.mincommerce.gov.dz.
- Site web de l'Agence Nationale pour la Promotion du Commerce Extérieur : www.algex.dz.
- Site web de la Chambre Algérienne du Commerce et d'industrie : www.caci.dz.
- Site de la Compagnie Algérienne de Garantie des Exportations : www.cagex.dz.
- Site de La Société Algérienne des Foires et Expositions : www.safex-algerie.com
- site web: www.exportateur-algerie.org
- Site de Centre Algérien de Contrôle de Qualité et de l'emballage www.cacqe.org
- Site web : www.elmouwatine.dz