

Les facteurs à l'origine de la faible part de marché à l'exportation de l'Algérie

The factors behind Algeria's low export market share

SADEK Djamila¹, Prof. DERBAL Abdelkader²

¹ Université d'Oran 2, sadek.djamila.ecom@gmail.com

² Université d'Oran 2, derbalaek@yahoo.fr

Received: 09/9/2018

Accepted: 07/12/2018

Published: 30/12/2018

Résumé:

Ce travail de recherche a pour objet de mettre la lumière sur les facteurs à l'origine de la faible part de marché internationale de l'Algérie dès 2001 à 217, et ce à travers la méthode de Constant Market Shares Analysis "CMSA". L'analyse des résultats nous concluons que la non diversification des exportations, la faible compétitivité, la spécialisation géographique défavorable et la non adaptation de l'offre des produits exportés à la demande mondiale sont les facteurs à l'origine de baisse et de faible part de marché de l'Algérie.

Mots clés: part de marché, compétitivité, spécialisation, exportation, importation.

Abstract:

This research project aims to shed light on the factors behind Algeria's weak international market share from 2001 to 217, through the Constant Market Shares Analysis "CMSA" method. The analysis of the results will conclude that the non-diversification of exports, the low competitiveness, the unfavorable geographical specialization and the non-adaptation of the supply of the exported products to the world demand are the factors at the origin of fall and weak share market of Algeria.

Keywords: market share; competitiveness; specialization; export; import.

Jel Classification Codes: F10, F14, F23.

Auteur correspondant: SADEK Djamila, **Email:** sadek.djamila.ecom@gmail.com

1. Introduction:

Dès 1980, les relations économiques internationales ont connu plusieurs bouleversements, aussi le monde connaît des changements considérables concernant l'investissement, la technologie, l'énergie et les autres ressources naturelles, le coût des transports et les institutions. Ces changements avaient un impact direct sur l'économie mondiale surtout sur le commerce international. Entre 1980 et 2001, le commerce international des marchandises a augmenté de plus de 7% par an en moyenne. C'est ainsi que en 2011 la croissance des échanges a été tout aussi impressionnante puisque les volumes échangés étaient quatre fois supérieures à ceux de 1980; et la part des économies en développement atteignait 47%(OMC, 2013).

En 2015, la valeur du commerce des biens et des services a diminué après avoir légèrement augmenté durant la période 2012-2014. Cette diminution du commerce international a été due à de nombreux facteurs parmi lesquels le ralentissement économique en Chine, la grave récession au Brésil, la chute des prix de pétrole et des autres produits de base et la volatilité des taux de changes(OMC, 2016).

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

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

Au cours de la période 2001-2017, la part des exportations de l'Algérie dans le commerce international en termes de produits passe de 0,30 % en 2001 à 0,49 % en 2008, suivie d'une baisse à 0,2% en 2017¹. L'analyse des exportations Algériennes au niveau international en ce qui concerne l'évolution de la part marché internationale, leurs compositions en termes de produits et leurs destinations géographiques sont devenu comme un enjeu très important afin de connaître les coefficients qui explique la faiblesse ou la diminution de ces exportations. Pour cela, l'objectif de présent travail est d'expliquer les causes de la faible part des exportations Algérienne au niveau international durant la période 2001 – 2017. Et ce à l'aide de la méthode de Constant Market Share Analysis « CMSA ». Il s'agit précisément de répondre à la question principale suivante : « **quelle sont les facteurs à l'origine de faible part de marché à l'exportation de l'Algérie ?** »

Pour répondre à cette question, il apparaît important de poser questions complémentaires qui sont les suivantes :

- ❖ Les exportations Algériennes sont-elles compétitives ?
- ❖ La composition des exportations Algériennes en termes de produits est-elle adaptée aux évolutions de la demande d'importations ?
- ❖ Quel est le degré d'implication des chutes de prix du pétrole dans l'explication de la baisse de part de marché à l'exportation de l'Algérie ?

2. Un vue d'ensemble sur la tendance de commerce internationale et les exportations Algériennes

2.1 L'évolution de commerce internationale depuis 1980

À partir des années 1980, le commerce international connaît des taux de croissance importants, de l'ordre de 8%, soit des taux plus élevés que ceux de la production mondiale. Les flux commerciaux internationaux ont enregistré une augmentation spectaculaire au cours de cette période. Selon les statistiques commerciales de l'OMC, la valeur des exportations mondiales de marchandises est passée de 2 030 milliards de dollars EU en 1980 à 18 260 milliards de dollars EU en 2011. Soit une croissance moyenne de 7,3 % par an en dollars courants, malgré la forte diminution

de la ration du commerce de marchandises au PIB en 2009 à cause de la crise économique de 2008.

Dès 2012, les échanges internationaux évoluent de façon moins heurtée, mais n'ont pas retrouvé leur tendance d'avant-crise (SEBASTIEN, 2015). Entre 2012 et 2015, en moyenne, le commerce ne croissait plus qu'au rythme de 3,3% l'an, à peine plus vite que le PIB (2,6%) (SEBASTIEN,2017) avant de chuter en 2015. Durant l'année 2015, les prix mondiaux de l'énergie ont chuté de 45%², cette baisse des prix mondiaux des produits de base a eu un effet significatif sur la valeur du commerce mondial des marchandises. La faiblesse du commerce en 2015 a été due aussi à plusieurs causes, parmi lesquels:

- Le ralentissement économique en Chine;
- La récession dans d'autres grandes économies en développement comme le Brésil;
- Les fortes fluctuations des taux de change et l'instabilité financière due à la divergence des politiques monétaires des pays développés.

2.2 L'évolution des exportations Algériennes de 1962 à 2017

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

2.2.1 Situation des exportations Algériennes de 1962 à 1998

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

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

Dès les premières années de l'indépendance, les exportations Algériennes ont enregistré une importante modification dans la nature des produits destinés à l'exportation comparativement aux années 1950 (MUTIN, 1965). Depuis 1964, la part des hydrocarbures à l'exportation dépassait déjà les 50% des exportations globales.

Les échanges commerciaux de l'Etat Algérienne sont marqués par le mode de gestion de l'économie planifiée pendant toute la période allant du lendemain de l'indépendance jusqu'au début des années 1990. Le gouvernement Algérien a opté pour un système économique de type soviétique (Chabbah, 2005); un système purement protectionniste dont le principal objectif était d'améliorer le résultat de la balance commerciale du pays. Il a pris aussi la décision d'instaurer un contrôle de change ayant pour objectif de ralentir les sorties massives de capitaux vers l'étranger. Cela a été renforcé par un contrôle sur toutes les opérations commerciales, financières et même monétaires (Lamiri, 1999).

Entre 1984 et 1987, les exportations Algériennes baissent de 55,5% en valeur. L'Etat Algérienne éprouve des difficultés financières à cause du contre-choc pétrolier et de la chute des cours du pétrole couplée à la dépréciation des cours du dollar (monnaie de règlement des exportations d'hydrocarbures) dès 1986. Ce choc pétrolier ayant nécessité le recours à l'endettement extérieur afin d'assurer l'approvisionnement en biens alimentaires de base, médicaments et autres biens de première nécessité. Ce qui induisit la crise d'endettement qui s'ensuivit, en raison des difficultés de remboursement de la dette extérieure et de la nécessité d'avoir recours au rééchelonnement de la dette extérieure.

2.2.2 Situation des exportations Algériennes de 1998 à 2014

Du fait de la faiblesse, des secteurs économiques en Algérie comme l'agriculture, l'industrie et les services aux niveaux de la qualité des

produits et de la productivité; les exportations Algériennes se limitent surtout aux produits miniers.

La hausse des revenus des hydrocarbures entre 1998 et 2014 a mis l'économie Algérienne dans une bonne situation. Les recettes des hydrocarbures ont permis de financer les différents programmes de relance économique et de réduire considérablement la dette extérieure du pays. La fiscalité pétrolière constitue, tout au long de cette période, la ressource principale des recettes de l'Algérie comparativement aux autres ressources fiscales (fiscalité ordinaire). Ce qui montre la fragilité des finances publiques devant une chute brutale des cours du pétrole.

2.2.3 Situation des exportations Algériennes de la fin de l'année 2014 et jusqu'à la fin 2017

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

« Le marché du pétrole est devenu, au cours des vingt dernières années, le plus grand marché de matières premières du monde. Il a connu de grandes évolutions passant d'un simple marché de commerce physique de pétrole et de produit pétrolier vers un marché financier sophistiqué où les horizons des échanges s'étendent aujourd'hui »(AUZANNEAU, 2015).

Les principaux facteurs peuvent expliquer la chute vertigineuse des prix du pétrole fin 2014 sont (AREZKI & BLANCHARD, 2014) :

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

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

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

3. Présentation de la méthodologie de travail et source des données

3.1. Présentation de la méthodologie de travail

La Constant Market Shares Analysis "CMSA" est une méthode comptable classique pour étudier l'évolution de la part de marché à l'exportation d'un pays. L'intérêt de cette méthode réside surtout dans sa simplicité d'utilisation afin de préciser les déterminants de la variation de la part de marché d'un pays donné. Cette technique est spécialement utile pour séparer et évaluer la contribution des spécialisations commerciales (sectorielle ou géographique) des contributions des autres facteurs. La méthode de CMSA a été suggérée pour la première fois par Tyszynski (1951), puis développée successivement dans plusieurs travaux de recherche comme le travail de Richardson (1971), Fagerberg et Sollie (1987), Milana (1988 et 2004), Michel (2005) et Michel et Matte (2010).

Pour l'application empirique de la CMSA dans notre travail de recherche, nous avons adopté la méthode développée dans le travail de recherche de Michel (MICHEL, 2005) et Michel et Matte (MICHEL & MATTE, 2010). Cette méthode divise la variation de la part de marché d'un pays en quatre effets (effet compétitivité et trois effets structurels) entre la période 0 et T année, en tenant les années année par année et de sommer

les effets. Cette décomposition peut s'écrire comme suit (MICHEL & MATTE, 2010) :

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

La variation totale de la part du marché mondial d'exportation du pays de référence entre les périodes 0 (période initiale 2001) et T (période fin 2017) est divisée en quatre termes (1) à (4) dont chacun contient une composante mesurant la variation d'une des variables utilisées, qui peuvent être écrites comme suit³:

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

$$+ \frac{1}{8} \sum_{t=0}^{T-1} \sum_i \sum_j (s_{ij}^t + s_{ij}^{t+1})(b_{ij}^t + b_{ij}^{t+1})(a_{ij}^t + a_{ij}^{t+1}) \Delta^{t+1} a_j \dots (2)$$

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

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

Où:

- (1) **la composante qui mesure l'effet de compétitivité**: mesure les gains ou pertes de parts de marché de pays de référence hors évolution dans la structure du commerce mondial;
- (2) **la composante qui mesure l'effet de marché géographique**: mesure les gains ou pertes de parts de marché de pays de référence dues à l'évolution de la structure géographique du commerce mondial ;
- (3) **la composante qui mesure l'effet de produit**: mesure les gains ou pertes de parts de marché de pays de référence dus à l'évolution de la structure produit du commerce mondial;

- (4) **la composante qui mesure l'effet combiné produit - marché géographique** : mesure les gains ou pertes de parts de marché d'un pays dus à l'amélioration ou la détérioration du placement des produits sur les marchés géographiques.
- i : désigne les catégories de produits; j : désigne les marchés géographiques; t : les périodes de 0 à T;
- S_{ij}^t : représente la Part de marché à l'exportation de l'Algérie (pays de référence) pour le produit i sur le marché j .
- a_{ij}^t : Représente le part des importations du produit i vers le marché j dans le total des importations mondiales.
- a_j^t : Représente la part du marché géographique j dans le total des importations mondiales (ou la part des exportations mondiales de marché j dans le total des exportations mondiales).
- a_i^t : Représente la Part de produit i dans le total des importations mondiales (ou la part des exportations mondiales de produit i dans le total des exportations mondiales).
- b_{ij}^t : La composante spécifique produit- marché.
- c_{ij}^t : est égal à $a_i^t * a_j^t$,
- Δt^{+1} représente la différence entre la période $t+1$ et t .

3.2. Source des données :

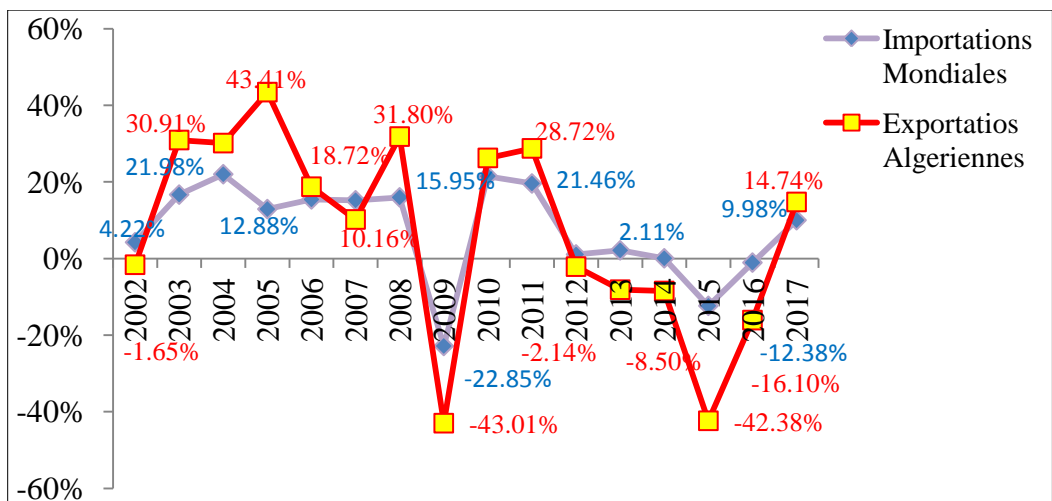
Les données du commerce international et les exportations Algériennes pour les calculs, durant la période 2001 – 2017, ont été tirées de la base de données d'International Trade Centre (ITC)⁴. Dans ce qui suit, nous considérons que les exportations mondiales sont égales aux importations mondiales, en utilisant uniquement des données d'exportation. Pour présenter les principales tendances du commerce. Et afin de rendre les résultats des calculs plus explicables dans le cadre de l'analyse descriptive des données ; nous avons regroupé les pays du monde (destination géographique des produits exportés) en 7 zones. Ces groupes de marchés ne devraient pas inclure l'Algérie; et reclassé les produits en 9 groupes de produits⁵.

4. Les exportations Algériennes : évolution et structure

4.1. Analyse de l'évolution des exportations Algériennes

Entre 2001 et 2017, les exportations mondiales ont enregistré deux perturbations en 2009 et 2015 comme le montre le graphique n°1 ci-après. Pendant la crise financière de 2009, la valeur du commerce des marchandises a chuté de 22,85%, la contribution des variations en volume étant de 52% et celle des variations unitaires de 48%. Les exportations Algériennes ont aussi constaté une baisse très importante de **43,01** %. Dès la baisse du prix des combustibles en 2014, où les prix des combustibles ont notamment pesé sur la valeur des exportations des produits de base. La valeur nominale des exportations mondiales de marchandises a baissé de 19 000 milliards de dollars en 2014 à 16 500 milliards de dollars en 2015; soit une chute de plus de **12,38**. Les pays les moins avancés (PMA) et l'Afrique dont l'Algérie ont aussi été gravement touchés compte tenu de leur dépendance à l'égard des exportations de produits de base. Les exportations Algériennes ont constaté une baisse très importante de 42,38 %.

Graphique N° 1: Evolution de taux de croissance annuels des exportations Algériennes et des importations mondiales en termes de produit de 2001 à 2017



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

4.2. La structure des exportations Algériennes en termes de produits :

L'analyse des exportations Algériennes en termes de produits par catégories de produits permet de connaître un aperçu sur la diversification sectorielle de ce pays (tableau N°1), cette analyse révèle que :

- Durant toute la période d'étude, les produits énergétiques figurent la catégorie des produits les plus exportés par l'Algérie, avec un part de 98,49% en 2001 et 97,52% en 2017 ;
- Pendant les trois dernières années, les produits industrie alimentaires ont connu une amélioration minimale dans la part des exportations avec 1% en 2017 par rapport à 0,15% en 2001, et ce après la chute vertigineuse des prix du pétrole ;
- Les produits chimiques de base et produits dérivés ont aussi connu une amélioration minimale dans la part des exportations, avec 0,97% en 2017 par rapport à 0,26 % en 2001 ;
- Les autres catégories de produits ont été en constante augmentation depuis 2001, et ce malgré les efforts de gouvernement Algérienne pour la diversification de ces exportations.

Tableau N° 1 : Evolution de la part des exportations Algériennes par catégories de produits 2001-2017

| | 2001 | 2010 | 2014 | 2017 |
|--|---------|--------|--------|--------|
| Industrie alimentaires | 0,15 % | 0,56% | 0,53% | 1,00% |
| Energie | 98,49 % | 98,94% | 98,74% | 97,52% |
| Produits chimique de base et produits dérivés | 0,26 % | 0,05% | 0,53% | 0,97% |
| Bois et papier | 0,09% | 0,02% | 0,03% | 0,07% |
| Textile | 0,14 % | 0,04% | 0,05% | 0,05% |
| Industrie sidérurgique et métaux non ferreux | 0,50 % | 0,36% | 0,09% | 0,14% |
| Mécanique et véhicules | 0,34 % | 0,02% | 0,02% | 0,23% |
| Electroniques | 0,02 % | 0,01% | 0,01% | 0,02% |
| Autres | 0,00 % | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Total | 100% | 100% | 100% | 100% |

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

L'analyse des exportations Algériennes en termes des produits par zones géographiques permet de connaître un aperçu sur les principaux pays partenaires de l'Algérie. L'Union européenne est la première destination géographique des exportations Algérienne suivies par la zone d'Amérique et la zone d'Asie comme le montre le tableau 2 ci-après. Les parts de ces zones dépassent 90 % avec un part de 97,26% en 2001, 95,66% en 2010 et 94,02% en 2017.

Tableau N°2 : Evolution de la part des exportations Algériennes par destination géographique 2001-2017

| | 2001 | 2010 | 2014 | 2017 |
|--------------------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
| Maghreb | 1,44% | 2,25 % | 4,95 % | 3,62 % |
| le reste pays d'Afrique | 0,68% | 0,98 % | 0,97 % | 1,59 % |
| Asie | 8,90% | 12,49 % | 14,67 % | 17,09 % |
| Union Européenne | 64,74% | 49,10 % | 63,87 % | 57,94 % |
| le reste pays d'Europe | 0,50% | 1,06 % | 0,26 % | 0,29 % |
| Amérique | 23,62% | 34,07 % | 15,27 % | 18,99 % |
| Océanie | 0,12% | 0,05 % | 0,003% | 0,48 % |
| Total | 100 % | 100% | 100% | 100% |

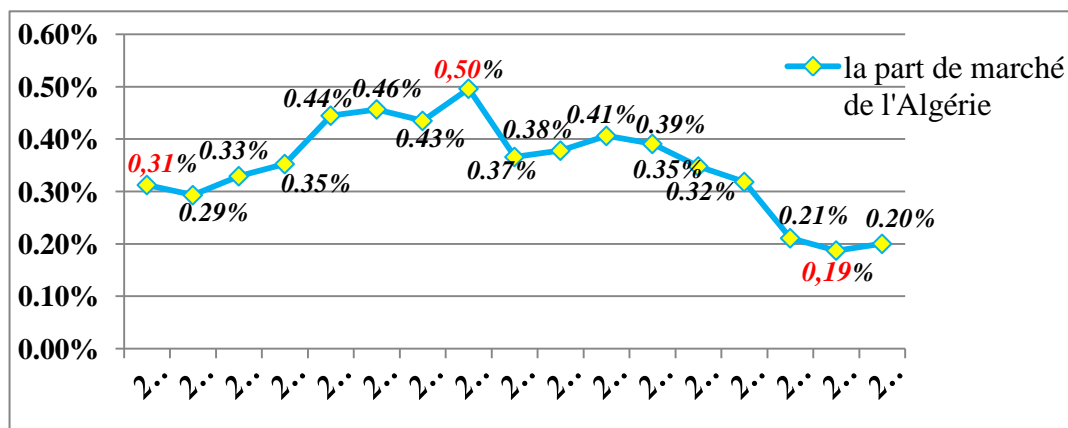
Source : Etablie à partir d'International Trade Centre market analysis tools,
<http://www.intracen.org/marketanalysis>

5. Les facteurs à l'origine de la faible part de marché à l'exportation de l'Algérie

5.1. Évolution de la part de marché internationale de l'Algérie :

Dans une nouvelle situation mondiale déterminée par une concurrence accrue. Certains pays comme la Turquie la Pologne le Brésil l'Inde et surtout de la Chine ont amélioré leurs parts de marché international. Alors que l'Algérie n'a pas enregistré aucune hausse important dans leur exportation de biens; avec un part de 0,31% en 2001, 0,50% en 2008 et 0,20% en 2017 comme le montre le graphique N° 2. La part marché de l'Algérie a surtout diminué en 2016 (0,19%), à cause de la chute vertigineuse des prix du pétrole au niveau mondial durant le second semestre de l'année 2014. L'Algérie a davantage perdu de parts de marché de 2014 à 2017 (-0,12 points). L'un des principaux causes du recul des exportations Algériennes est la non diversification des produits exportés (les produits énergétiques représentent la catégorie des produits les plus exportés par l'Algérie avec un part plus de 97 % dès 2001).

Graphique N° 2: Evolution de la part de marché internationale de l'Algérie en termes de produits de 2002 à 2017



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

5.2. Les résultats de calcul de la part de marché de l'Algérie au niveau global de 2001 à 2017

La part de marché internationale de l'Algérie passe de 0,31% en 2001 à 0,20% en 2017. L'analyse des résultats de la méthode Constant Market Shares Analysis "CMSA" permettent surtout de connaître les facteurs à l'origine de faible parts de marché international de l'Algérie. Le tableau 3 ci-après représente la part de marché à l'exportation de l'Algérie à travers la méthode de CMSA pour toute la période 2001-2017.

Tableau N° 3 : résultats de la CMSA pour la part de marché à l'exportation de l'Algérie de 2001 à 2017

| | l'effet total | l'effet compétitivité | l'effet produit | l'effet marché géographique | l'effet mixte produit-marché géographique |
|------------------|---------------|-----------------------|-----------------|-----------------------------|---|
| 2001-2017 | 0,03% | -0,15% | 0,08% | -0,01% | 0,11% |

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

Les résultats révèlent que l'effet mixte produit-marché géographique et l'effet produit ont joué un rôle important dans la légère hausse de la part de marché de l'Algérie durant toute la période d'étude (effet total 0,03%). Ces gains ont pu couvrir les effets défavorable de la compétitivité et marché géographique (-0,15% et -0,01%).

Ce constat est réaffirmé en affinant l'analyse sur trois périodes de 2001 à 2008, de 2009 à 2013 et de 2014 à 2017 (tableau 4). En effet, la hausse de la part de marché de l'Algérie (0,12%) entre 2001-2008 s'explique principalement par une contribution positive des effets de compétitivité, de produit et de marché géographique-produit, malgré un effet négatif de marché géographique(-0,004%). Inversement, la baisse de la part de marché de l'Algérie (-0,17%) entre 2009-2013 s'explique principalement par une contribution négative des effets de compétitivité, de marché géographique et de marché géographique-produit; Malgré un effet positif de produit (0,02%). Entre 2014 et 2017, la part de marché de l'Algérie a enregistré une hausse aux les effets positifs de produit et de marché géographique-produit.

Tableau N° 4 : résultats de la CMSA pour la part de marché à l'exportation de l'Algérie de 2001 à 2008, de 2009 à 2013 et de 2014 - 2017

| | 2001-2008 | 2009-2013 | 2014 - 2017 | 2001-2017 |
|--------------------------------------|-----------|-----------|-------------|-----------|
| Effet total | 0,12% | -0,17% | 0,19% | 0,03% |
| Effet de compétitivité | 0,0007% | -0,13% | -0,01% | -0,15% |
| Effet marché géographique | -0,004% | -0,007% | -0,001% | -0,01% |
| Effet produit | 0,12% | 0,02% | 0,005% | 0,08% |
| Effet marché géographique et produit | 0,007% | -0,05% | 0,2% | 0,11% |

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

5.3. Les facteurs à l'origine de la faible part de marché internationale de l'Algérie

Grâce aux résultats du calcul de la méthode Constant Market Shares Analysis "CMSA", il est possible d'expliquer la faiblesse de la part de marché internationale de l'Algérie par plusieurs facteurs :

- ❖ Les produits énergétiques figurent les produits dynamiques, caractérisés à la fois par un gain de part de marché international de l'Algérie ; et une croissance positive des exportations Algériennes. L'économie Algérienne est très dépendante du secteur des hydrocarbures, ce secteur représente l'essentielle ressource du pays dont il contribue à environ 97% des exportations; et à plus de 60% au budget de l'État à travers la fiscalité pétrolière. La baisse des prix du pétrole durant le second semestre de l'année 2014 a mis l'économie Algérienne dans une situation de difficulté majeure;
- ❖ L'effet négatif de la compétitivité a été expliqué par le non diversification des produits exportés (les exportations se limitent surtout aux produits miniers);

- ❖ l'orientation géographique des exportations Algériennes est défavorable durant toute la période d'étude; à cause de la concentration géographique sur dix pays (l'Espagne, les Etats-Unis d'Amérique, la France, le Brésil, les Pays-Bas, la Turquie, Canada, le Royaume-Uni, la Belgique, le Portugal et la Tunisie). En effet, la part de de ces pays représente plus de 82% durant la période 2001 et 2017.Ceci peut s'expliquer par la structure des exportations Algériennes, composées majoritairement d'hydrocarbures;
- ❖ L'Algérie n'a pas pu adapter son offre exportable à la demande mondiale. Aussi, le profil des exportations Algériennes sur les 17 ans fait ressortir le poids stagnant des produits hors énergie, qui sont des produits dynamiques caractérisés par une forte croissance des importations mondiales.

6. Conclusion :

Depuis 1990, le monde assiste à une ouverture commerciale de plus en plus poussée des économies nationales. Cette ouverture permet d'obtenir un accès aux marchés internationaux et peut aussi empêcher la diversification du tissu productif national. Pour l'économie Algérienne, malgré son ouverture et son grand investissement dans l'industrie (leur investissement est l'un des plus fort taux d'investissement au monde durant les premières années après l'indépendance), l'économie de notre pays est basée uniquement sur les exportations des produits énergétiques.

La baisse des prix du pétrole au niveau mondial pendant le second semestre de l'année 2014, a mis l'économie Algérienne dans une situation de difficulté majeure. Ce qui réaffirme encore une autre fois après le choc pétrolier de 1986 la nécessité de la diversification des produits destinés à l'exportation. La part de marché à l'exportation de l'Algérie aussi enregistre une baisse, elle passe de 0,32 en 2014 à 0,19 en 2016.

Les résultats de ce travail de recherche ont pu mettre en lumière certaines réalités correspondantes aux facteurs à l'origine de faible part de marché à l'exportation de l'Algérie dès 2001 à ce jour. Du fait de la faiblesse, des secteurs économiques en Algérie comme l'agriculture et l'industrie aux niveaux de la qualité des produits et de la productivité ; les exportations se limitent surtout aux produits miniers. Aussi du fait de la spécialisation géographique défavorable, la faible compétitivité et le non adaptation de l'offre des produits exportés à la demande mondiale la part de marché internationale toujours reste faible et en baisse.

7. Liste Bibliographique:

- AREZKI, R., & BLANCHARD, O. (2014). *Sept questions sur la chute récente des cours du pétrole*. Consulté le 7 16, 2017, sur Fonds monétaire international:
<https://www.imf.org/external/french/np/blog/2014/122214f.htm>.
- AUZANNEAU, M. (2015). *Or noir: la grande histoire du pétrole*. Paris: découverte.
- CHEBBAH, K. (2005). évolution du commerce extérieur de l'Algérie 1980-2005 Constat et analyse. *Revue Campus N° 7*, 35 - 57.
- Lamiri, A. (1999). *Crise de l'économie Algérienne*. Alger: Presse.
- MICHEL, B. (2005). *Trends in export market shares between 1991 and 2001, Working Paper 7-05*. Bruxelles: Bureau fédéral du Plan.
- MICHEL, B., & MATTE, B. (2010). *La part de marché à l'exportation de la Belgique 1993-2008 changements structurels et compétitivité, Working Paper 6-10*, . Bruxelles: Bureau fédéral du Plan.
- MUTIN, G. (1965). Le commerce extérieur de l'Algérie en 1964. *Revue*

de géographie de Lyon vol. 40, n° 4, 345-365.

- OMC. (2013). *l'avenir du commerce mondial*. RAPPORT SUR LE COMMERCE MONDIAL.
- OMC. (2016). *L'examen Statistique Du Commerce Mondial 2016*. Rapport sur le commerce mondial.
- SEBASTIEN, J. (2015). *Le ralentissement du commerce mondial annonce un changement de tendance*. Centre d'études perspectives et d'informations internationales.
- SEBASTIEN, J. (2017). *Le ralentissement du commerce mondial : une rupture structurelle porteuse d'incertitudes*. FONDATION ROBERT SCHUMAN/ QUESTION D'EUTOPE N° 241/ 13.

8. Renvois :

1. Calculé à partir d'**International Trade Centre, mark et analysis tools**, <http://www.intracen.org/marketanalysis>
2. Les combustibles ont enregistré la plus forte baisse des prix (-63% entre juillet 2014 et décembre 2015), par suite de l'apparition de nouvelles sources d'approvisionnement comme l'huile de schiste.
3. Pour plus de détails sur le calcul de cette composante, voir MICHEL, B., 2005, **Trends in export market shares between 1991 and 2001**, Working Paper 7-05, Bureau fédéral du Plan, Bruxelles.
4. La base des données d'International Trade Centre (ITC) fournit des données en dollars courants de tous les flux commerciaux internationaux de biens et services ; elle a la particularité de disposer de données croisées par pays et par filières de production.
5. Les destinations géographiques des produits exportés sont :Maghreb, le reste pays d'Afrique, Asie, Union Européenne, le reste pays d'Europe, Amérique, Océanie, et les groupes de produits sont :Industrie Alimentaires, Energie, Produits chimique de base et produits dérivés, Bois et papier, Industrie sidérurgique et métaux non ferreux, Mécanique et véhicules, Electroniques, Autres (Pierres précieuses, bijoux, objets d'art, Or non monétaire, Non spécifié ailleurs).