

La part de marché à l'exportation de l'Algérie 2001- 2015 : changements structurels et compétitivité

SADEK Djamila : sadek.djamila.ecom@gmail.com

Pr DERBAL Abdelkader : derbalaek@yahoo.fr

Laboratoire de la macro économie organisationnelle –LAMEOR–
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion.
Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed

Résumé :

Le présent travail de recherche étudie la part de marché à l'exportation de l'Algérie. Notre pays a perdu des parts de marché à l'exportation au cours de la période 2001 - 2015. L'analyse de ce part révèle que ceci provient d'une faiblesse dans la structure de nos exportations et une faible compétitivité au niveau mondiale. L'orientation géographique très défavorable de nos exportations, le non diversification des exportations (ou la part des hydrocarbures représente 98%) et la faible compétitivité sont à la base de faible part de marché de notre pays comparativement aux importations mondiales.

Mots clés : compétitivité, part de marché, diversification, exportation Algérienne, importation mondiale.

ملخص:

تدرس هذه الورقة البحثية حصة الصادرات الجزائرية من السوق، حيث أن بلادنا خسرت حصة من سوق التصدير خلال الفترة الممتدة من 2001 – 2015. وتحليل هذه الحصة بيّن أن هذه الخسارة ترجع الى ضعف في هيكل صادراتنا وضعف في التنافسية على المستوى العالمي. كما أن الوجهة الجغرافية غير الملائمة لصادراتنا، عدم تنوع الصادرات (حصة المحروقات تمثل 98 %) وضعف التنافسية تعد من أهم مسببات ضعف حصة السوق لبلادنا مقارنة بالواردات العالمية. الكلمات المفتاحية: التنافسية، حصة السوق، التنوع، الصادرات الجزائرية، الواردات العالمية.

Introduction :

Dans un nouveau contexte caractérisé par des changements rapides de l'environnement, l'insertion dans l'économie mondiale nécessite inévitablement la diversification et la compétitivité de l'économie nationale. Dans cette lutte économique, les pays mettent en place des politiques diverses et efficaces, en s'appuyant sur tous les acteurs locaux afin d'orienter le maximum de la production nationale vers des marchés extérieurs pour augmenter leurs gains et améliorer leurs parts de marché à l'exportation.

Dans un contexte mondial fortement concurrentiel et en perpétuelle mutation, la recherche de la compétitivité constitue un souci majeur et permanent. Actuellement, l'Algérie est contrainte à trouver un nouveau paradigme de développement basé sur les exportations hors hydrocarbures. Voir l'importance du commerce extérieur dans le développement des pays, il est temps de diversifier la production nationale et la rendre concurrentielle et compétitive de manière à viser les marchés internationaux.

L'objet de notre recherche, s'inscrit dans ce contexte et il consiste à mieux comprendre l'évolution de la part de marché à l'exportation de l'Algérie durant la période 2001 -2015 dans la tentative de la diversification des exportations hors hydrocarbures.

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

La composition des exportations Algériennes en termes de produits et marché géographique est-elle adaptée aux évolutions de la demande mondiale d'importations ?

L'hypothèse qui sous tendre ce travail de recherche et qui aurait à être confirmée ou infirmée vers la fin est la suivante :

La composition des exportations Algériennes en termes de produits et marché géographique n'est pas adaptée aux évolutions de la demande mondiale d'importations.

Tout au long de ce travail de recherche, nous essayerons d'exploiter les données liées à l'exportation Algérienne et les importations mondiales durant la période 2001-2015 qui nous permettront d'aboutir à des conclusions significatives.

1. La compétitivité : émergence, définitions et niveaux d'analyse

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

1.1. Emergence du terme compétitivité

Le terme compétitivité, porte sur des questions qui ont été centrales dans les politiques publiques au moins au cours des 500 dernières années¹, malgré son apparition relativement récente sur la scène.

La notion de compétitivité est encore mal cernée, longtemps réservée à l'analyse de la gestion des entreprises². Elle a été initialement définie et appréhendée au niveau de l'entreprise³, puis transposée au plan macroéconomique, au niveau d'un secteur d'activité ou d'un pays.

1.2. Définitions

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

Pour Martinet (1984), la compétitivité comme « l'aptitude à soutenir durablement la concurrence : l'entreprise compétitive possède un ensemble de capacités qui l'autorisent, selon le cas, à entrer, se maintenir ou se développer dans un champ concurrentiel constitué par l'ensemble des forces traversant son environnement et susceptibles de s'opposer à ses objectifs, ses projets et ses opérations »⁴.

Pour Tyson (1992), la compétitivité est « notre capacité à produire des biens et services qui passent le test de la compétition internationale tandis que nos citoyens jouissent d'un niveau de vie qui est à la fois en progression et durable »⁵.

Pour Porter (1990), « Chercher à expliquer la compétitivité au niveau national est incorrecte. Ce qu'on doit comprendre, ce sont les déterminants de la productivité et le taux de croissance de la productivité. Pour trouver des solutions, on devrait se focaliser, non pas sur l'ensemble de l'économie, mais plutôt sur des industries spécifiques ou encore des segments d'industrie »⁶.

Les économistes de l'OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Economique) définissent la compétitivité comme « l'intensité avec laquelle un pays peut, dans le cadre d'un marché libre et organisé, produire des biens et des services capables d'affronter les marchés internationaux tout en maintenant et améliorant le niveau de vie de ses habitants sur une longue période »⁷.

Malgré la multiplicité et la diversité des définitions du terme de la compétitivité, on peut conclure qu'il y a lieu de noter deux aspects communs suivants⁸:

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

1.3. Les trois niveaux d'analyse de la compétitivité

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

1.3.1. La compétitivité au niveau de l'entreprise « micro-économique »

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

Au niveau de l'entreprise, la définition de la compétitivité fait consensus dans la littérature économique. Elle est définie comme la capacité d'une entreprise à faire face à la concurrence internationale et à gagner des parts de marché. Cet objectif peut être atteint de deux manières possibles, soit avec la pratique des prix inférieurs sur des produits similaires comme première possibilité, soit avec la recherche des positions de monopole par le biais d'une différenciation des produits comme deuxième possibilité⁹.

1.3.2. La compétitivité au niveau d'un secteur « méso-économique »

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

1.3.3. La compétitivité au niveau d'un pays « macro-économique »

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

Porter (1990) parmi les économistes qui ont étudié la compétitivité au niveau d'un pays à travers diverses définitions, il rejette les différents concepts de compétitivité comme une balance commerciale positive, les parts de marché ou bien la création d'emploi. Il affirme que nous devons abandonner la notion de compétitivité pour une nation parce que celle-ci n'a pas de sens et plutôt parler de prospérité économique.

D'après le prix Nobel Krugman concernant la compétitivité des nations, les hommes politiques aiment expliquer que les racines des déséquilibres comme par exemple le chômage sont liées à un manque de compétitivité vis à vis des pays étrangers. Pour lui, la compétitivité d'une nation n'est pas égale à la combinaison des positions compétitives des entreprises dans la mesure où dans un même pays cohabitons à la fois des entreprises compétitive et non. Elle soulève des polémiques et un paradoxe, en raison de la multiplicité des rapports, chaque nation

ou Etat se préoccupent de la compétitivité des industries et l'attractivité de son territoire en vue d'améliorer son revenu par habitant. En d'autres mots la compétitivité n'est ni un fin en soi, ni un objectif, c'est un moyen d'améliorer le niveau de vie des populations.

2. Les indicateurs de mesure de la compétitivité

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

2.1. Les indicateurs de mesure de la compétitivité au niveau d'une entreprise

D'après McFetridge¹⁰, la mesure de la compétitivité au niveau microéconomique est associée à : la maîtrise des coûts, la valeur ajoutée, la rentabilité, la productivité, la part de marché, la qualité des produits et l'innovation technologique.

2.2. Les indicateurs de mesure de la compétitivité au niveau d'une branche d'activité

Dans le cadre de la mondialisation, l'analyse des performances internationales d'une branche d'activité est une étape inévitable pour faire le diagnostic de sa compétitivité, de l'aptitude de ses entreprises à faire face à des concurrents qui s'appuient sur d'autres cadres nationaux. Il va de même que l'étude des performances d'une branche d'activité au niveau international n'a pas de sens sauf si la branche d'activité montre un degré d'ouverture minimum, ce qui n'est pas toujours le cas de certaines industries¹¹.

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

2.3. Les indicateurs de mesure de la compétitivité au niveau d'un Pays

La compétitivité d'un pays est évaluée à partir de plusieurs méthodes comme l'Avantage Comparatif Révélé (ACR), l'indice des exportations nettes de Balassa et la part d'exportation.

3. Les exportations Algériennes en terme de produit changements structurels et compétitivité

Les exportations Algériennes jouent un rôle important dans notre économie. Dans cette partie nous allons montrer la structure des exportations Algériennes, et les raisons de la faiblesse de ces dernières décennies.

3.1. Tendances générales des exportations Algériennes de 2001 à 2015

Sur la période 2001-2014, et comme le montre le tableau n° 1 ci-après, les exportations Algériennes ont enregistré un taux de croissance annuel moyen de 8,14 % soit un rythme supérieur à celui des importations mondiales (7,94%)¹³.

Tableau N° 1: L'évolution des exportations Algérienne de 2001 à 2015

Unité : milliers Dollar Américain

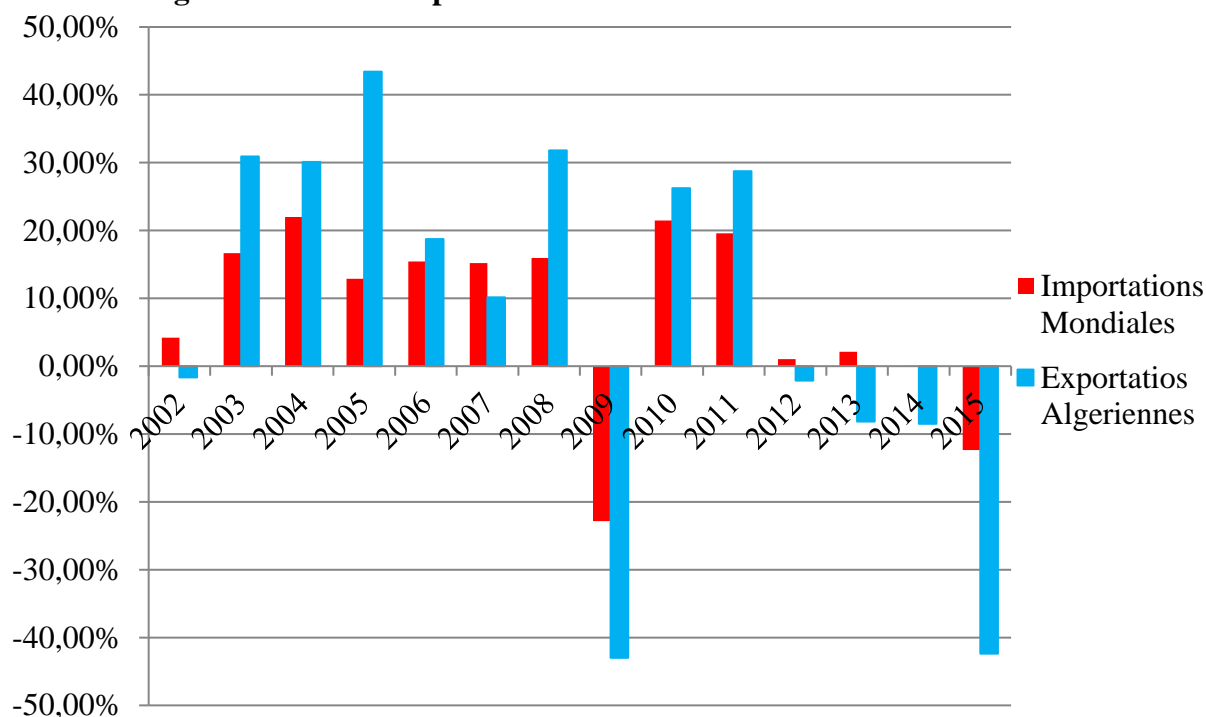
Année	Valeur exportée	Croissance annuel	Taux de croissance annuel %
2001	19147619	-	-
2002	18832409	-315210	-1,65%
2003	24653656	5821247	30,91%
2004	32076792	7423136	30,11%
2005	46001735	13924943	43,41%
2006	54612722	8610987	18,72%
2007	60163160	5550438	10,16%

2008	79297592	19134432	31,80%
2009	45193920	-34103672	-43,01%
2010	57050974	11857054	26,24%
2011	73436306	16385332	28,72%
2012	71865749	-1570557	-2,14%
2013	65998138	-5867611	-8,16%
2014	60387689	-5610449	-8,50%
2015	34795951	-25591738	-42,38%

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

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

Graphique N° 1: Taux de croissance annuels des exportations Algériennes et des importations mondiales de 2001 à 2015



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

Pour la croissance annuelle des exportations Algériennes, huit années de croissance soutenue avec un taux moyenne de plus de 23,39 % en suivies d'une diminution en 2009 après la crise financière de 2008, qui marque le début d'une autre période de croissance avec des taux qui ne dépassent pas les 27 %. Cette période s'étend jusqu'en 2011 suite à une baisse peu lente

durant trois années suivantes. En 2015, les exportations Algérienne ont connu une baisse très importantes dépasse les 42 % comme indiqué dans le graphique ci-dessus.

3.2. La part de marché à l'exportation de l'Algérie

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

Tableau N° 2: Evolution de la part de marché à l'exportation DE L'Algérie

Année	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Part de marché	0,30%	0,29%	0,32%	0,34%	0,43%	0,45%	0,43%	0,49%	0,36%	0,37%	0,40%	0,39%	0,35%	0,32%	0,21%

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

L'analyse de la part de marché à l'exportation de l'Algérie montre, pendant la période de 2001 à 2015, une quasi-stagnation autour de 0,36% en moyenne annuelle, alors que certains pays ont amélioré leurs performances à l'export durant ce période. C'est le cas de l'Egypte qui a vu sa part de marché mondial croître entre 2001 et 2015 de 0,07% à 0,13%, de la Turquie (de 0,4% à 0,9%), de la Pologne (de 0,5% à 1,17%), du Brésil (de 0,9% à 1,3%), de l'Inde (de 0,7% à 1,7%) et surtout de la Chine dont la part est passée de 3,9% à 12,3%¹⁴.

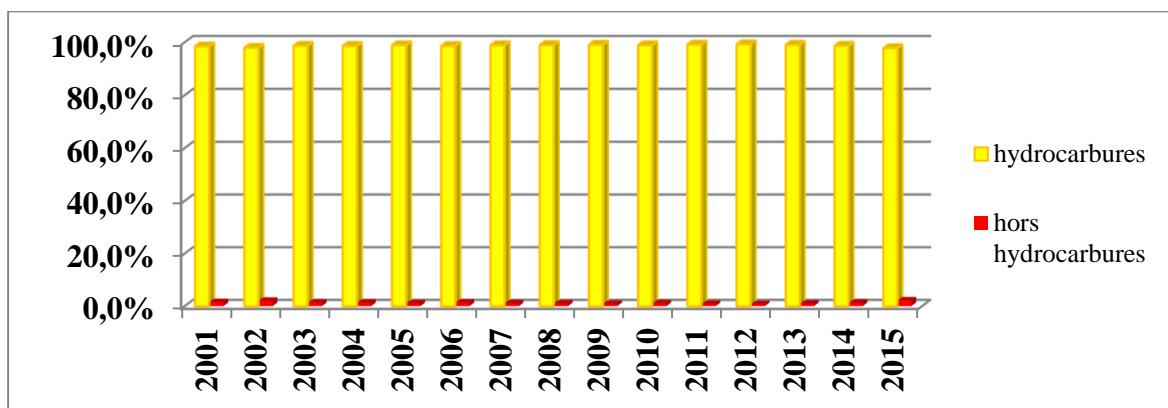
3.3. Prédominance du secteur des hydrocarbures dans les exportations Algériennes de 2001 à 2015

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

3.3.1. La structure des exportations Algériennes

La répartition des exportations Algériennes d'après les statistiques d'International Trade Centre durant la période 2001 – 2015 nous illustrent le graphique suivant.

Graphique N° 2: Evolution de taux des exportations Algérienne des hydrocarbures comparativement aux exportations hors Hydrocarbures



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

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

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

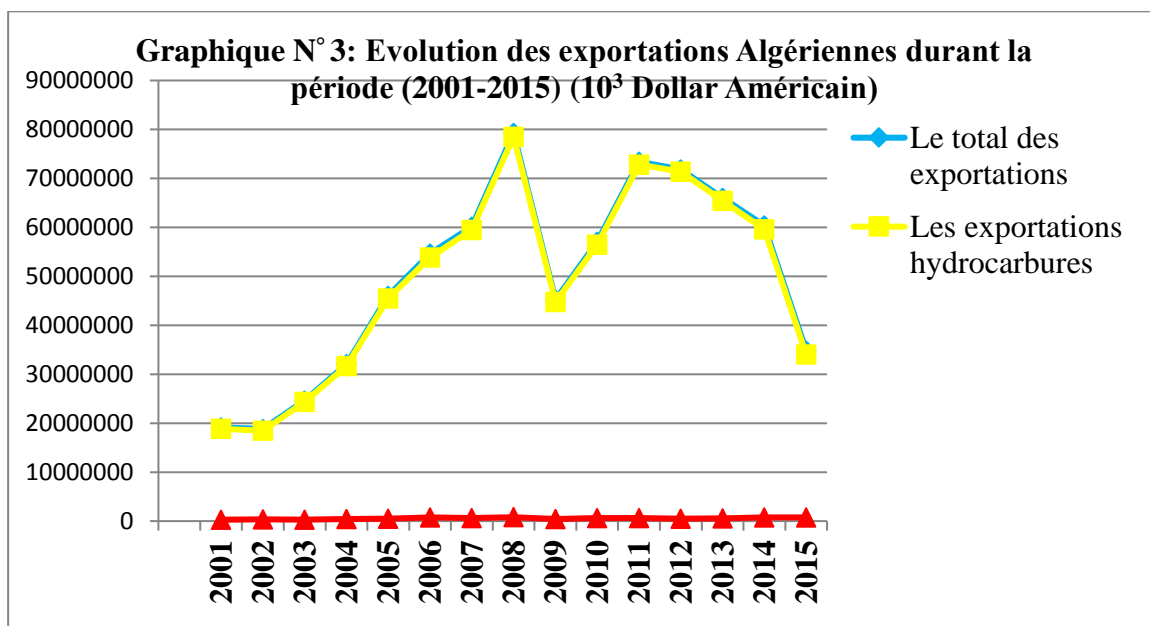
Tableau N° 3 : Evolution de la part en % des hydrocarbures dans les exportations de quelques pays en développement OPEP et non OPEP.

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

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

3.3.2. L'évolution des exportations Algériennes et les prix de pétrole

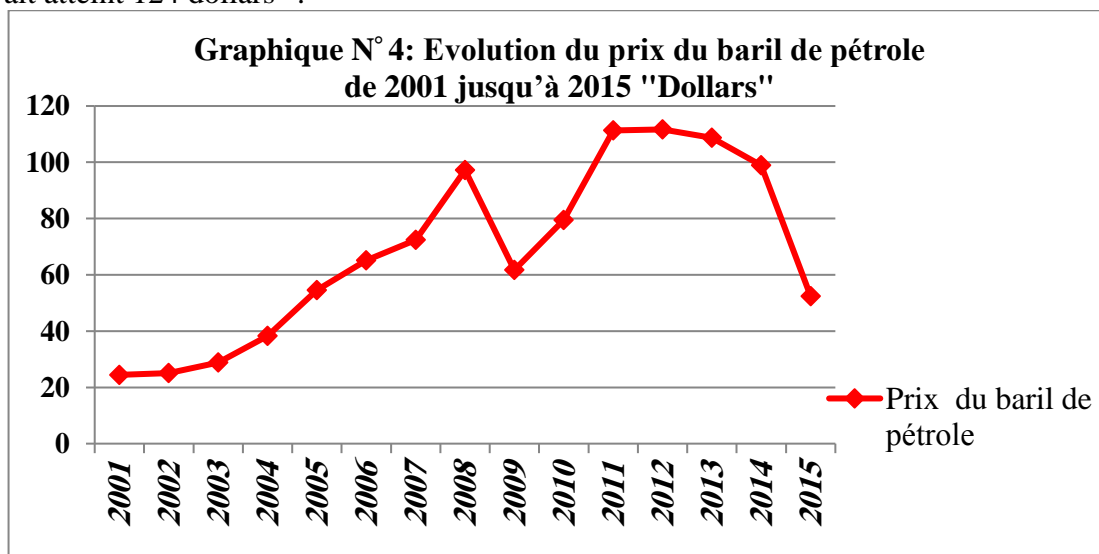
Les marchés du pétrole ont connu à partir du début des années 2000 une transformation importante, avec une évolution vers la hausse des prix de pétrole et du gaz. La période 2003-2008 était caractérisée par une forte hausse de la demande mondiale sur le pétrole, à cause d'une forte croissance économique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



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

Le graphique n° 3 représente l'évolution des exportations Algériennes durant la période 2001 - 2015 en milliers de Dollar Américain. Comme le montre le graphique, les exportations Algérienne des années 2009 et 2015 enregistrent une baisse totale des exportations en hydrocarbures.

De 2001 à la fin de 2011, les exportations Algériennes ont connu une augmentation sauf pour l'année 2009 où les prix ont baissé pour la première fois durant cette ère de hausse des cours des pétroliers. Ceci est dû à une diminution de la demande et une baisse de la consommation suite à la crise financière et économique, ce baisse ne soit durable dans le temps car à partir de 2010 les prix du pétrole augmentent de nouveau au-delà de 2011, l'instabilité géopolitique qui règne dans de nombreux pays producteurs de pétrole, maintient le baril du Brent au-dessus de seuil de 100 dollars. A titre d'exemple en 2011 avec la crise Libyenne, le prix avait atteint 124 dollars¹².



Source : Etablie à partir des données mondiale

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

Depuis 2014, les prix du pétrole n'ont pas cessé de baisser d'environ 50% au second semestre de cette année jusqu'à la fin de l'année 2015 qui est encore plus difficile pour l'économie Algérienne, avec un cours qui a atteint 37.71 Dollars pour le BRENT, le 12 décembre 2015, d'un autre coté cette situation baissière s'est aggravée par le niveau des importations des biens.

3.3.3. La destination géographique des exportations Algériennes de 2001 à 2015

Les exportations Algériennes sont destinées géographiquement notamment à 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. Ces dix premiers clients de l'Algérie concentrent, à eux seuls, plus de 82% durant la période 2001 et 2015 comme le montre le tableau ci-après, ceci peut s'expliquer par la structure des exportations Algériennes, composées majoritairement d'hydrocarbures, et permet de comprendre les tendances enregistrées par les composantes des exportations Algériennes.

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

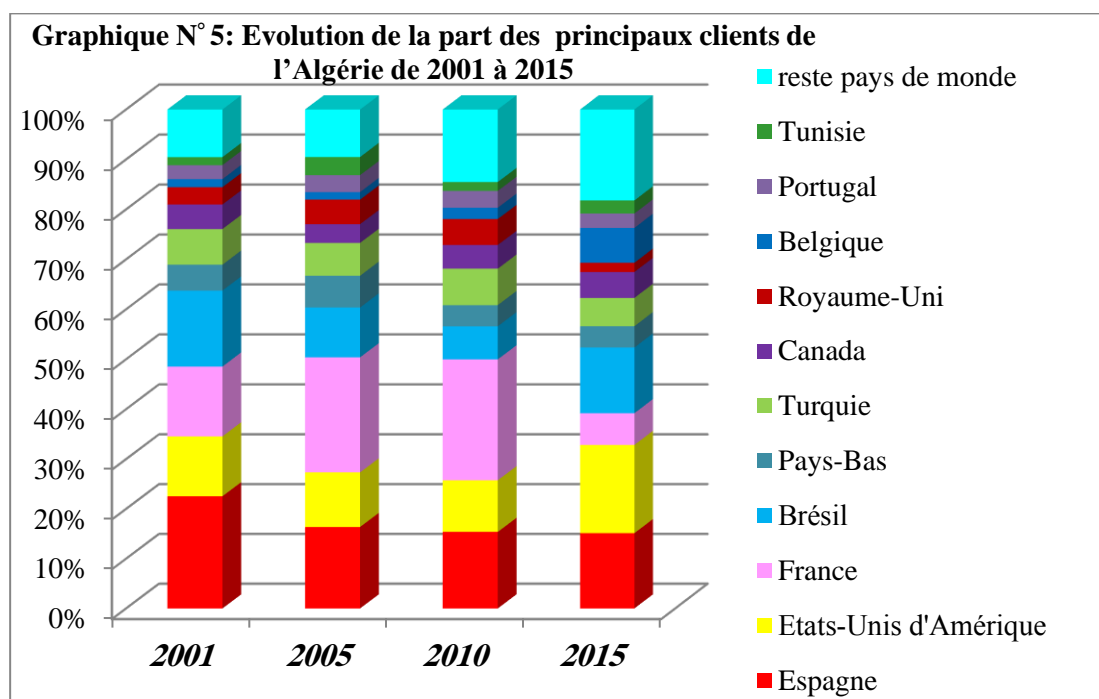
	Espagne %	Etats-Unis d'Amérique %	France %	Brésil %	Pays-Bas %	Turquie %	Canada %	Royaume-Uni %	Belgique %	Portugal %	Tunisie %	reste pays de monde %
2001	22,5	12,1	13,9	15,2	5,1	7,1	4,9	3,4	1,6	2,7	1,6	9,5
2002	20,7	11,9	13,7	13,5	4,8	8,9	5,1	4,9	2,0	2,4	1,7	9,8
2003	19,1	12,1	19,9	12,6	4,5	6,8	4,3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

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

Pendant la période de 2001 à 2015, et comme le montre le tableau, les pays d'Union Européenne sont les principaux partenaires de l'Algérie, avec une proportion moyenne de 56.58% pour les exportations. Pour les pays de l'OCDE (Hors UE), ils viennent en deuxième position comme clients de l'Algérie avec une proportion de 14.36% des produits Algériens destinés à l'étranger.

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

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



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

En effet, longtemps parmi les premiers clients de l'Algérie notamment de par leur forte demande en hydrocarbures, les Etats-Unis d'Amérique sont passés en deuxième position en 2012, avant de passer à la première position au courant de l'année 2015. Par ailleurs, l'Espagne, est le deuxième client de l'Algérie pendant les trois dernières années.

Conclusion :

Face à la chute des prix du pétrole en 2014 ou le recul des exportations de ce dernier, ainsi que l'explosion des importations, l'Algérie doit adopter une nouvelle orientation économique moins dépendante des hydrocarbures, afin de préparer l'après pétrole dès maintenant. L'urgence pour l'Algérie est de diversifier ses exportations.

Les exportations hors hydrocarbures stagnent à un niveau très bas comparativement à celles des hydrocarbures durant toute la période d'étude 2001 - 2015. Plus grave encore, elles

présentent une structure très inquiétante puisqu'elles sont largement dominées par les produits dérivés du pétrole.

Dès 2001, la part des exportations en dehors des hydrocarbures demeure encore faible. Malgré les politiques de l'Etat pour encourager cette activité, elle atteint difficilement 3% des ventes globales.

Donc, il est impératif pour l'Algérie de diversifier ces exportations et de revoir sa politique économique en mettant fin à la marginalisation particulièrement du secteur d'industrie à travers la participation à la chaîne de valeur mondiale, le secteur d'industrie alimentaire ; en les encourageants, en les accompagnants et en les stimulants à travers des mesures concrètes afin que la production soit orientée vers les marchés extérieurs.

Références:

- 1- REINERT, E S., 1994, **Competitiveness and its Predecessors – a 500-year Cross-National Perspective**, Paper prepared for the Business History Conference, Williamsburg. Virginia, March 11-13.
- 2- MARNIESSE. S., FILIPIAK. E., 2003, **Compétitivité et mise à niveau des entreprises : approches théoriques et déclinaisons opérationnelles**, Agence Française de Développement.
- 3- Pendant longtemps, la compétitivité définie comme la capacité d'une entreprise à résister à la compétition imposée par ses concurrents et par son marché.
- 4- MARTINET A., 1984, **Sciences de gestion et compétitivité de l'entreprise**, In PERCEROU R.ed, *Entreprise, gestion et compétitivité des entreprises*. Economica.
- 5- KRUGMAN. P., 1999, **La mondialisation n'est pas coupable, vertus et limites de libre échange**, Casbah édition.
- 6- PORTER. M., 1990, **The competitive Advantage of Nations**, The free press, New York.
- 7- GARELLI. S., 2000, **Competitiveness of Nations: the fundamentals**, The World Competitiveness Yearbook.
- 8- LACHAAL. L., **La compétitivité : Concepts, définitions et applications**, Institut National de la Recherche Agronomique de Tunis (INRAT).
- 9- CHIAPPINI, R., 2012, **Les indices composites sont-ils des bonnes mesures de la compétitivité des pays ?**, LAREFI Working Paper N°-5, 2012.
- 10- Mc FETRIDGE, 1995, **competitiveness: concept and measures**, occasional paper n° 5, industry Canada.
- 11- MOATI, P., 2000. **Evaluer les performances d'un secteur d'activité**. CAHIER DE RECHERCHE N° 148. Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie.
- 12- ANTONIN. C., 2001, **Pétrole : vers un troisième choc pétrolier ?**, in revue de l'OFCE N° 123, Avril 2001.
- 13- **International Trade Centre, market analysis tools**,
<http://www.intracen.org/marketanalysis>
- 14- Calculé à partir d'**International Trade Centre mark et analysis tools**,
<http://www.intracen.org/marketanalysis>