

Les Exportations Hors Hydrocarbures en Algérie :
« L'Agriculture comme Stratégie de Développement »

Exports Excluding Hydrocarbons in Algeria:
« Agriculture as a Development Strategy »

Mr Kateb Mohammed Lakhdar¹, Dr Ouddane Bouabdellah²

¹ Doctorant Laboratoire POIDEX Université de Mostaganem, Email:kml31000@gmail.com.

² Maître de Conférences (A) Laboratoire POIDEX Université de Mostaganem, Email:

ouddane84@yahoo.fr.

Received on:28/08/2019

Accepted on:01/10/2019

published on: 18/11/2019

Abstract:

The objective of this paper is to see the importance of agriculture as an essential element for a non-hydrocarbon export development strategy in Algeria. Agriculture is now becoming a major element for exporting and enhancing the country's wealth in order to reduce dependence on petroleum products and to develop the agricultural products sector, which is of great value. Our article is about distribution of 50 questionnaires to a sample of farmers and with a return of 42 questionnaires it concerns their opinions and ambitions about the importance on Algerian export of agricultural products that represent a real potential for the Algerian state to encourage and promote exports and increase their annual volumes while taking into account the opportunities offered by the state for exporters.

Keys words: Export Excluding Hydrocarbons, Agriculture, Strategy, Importance, Development, Algeria.

JEL classification codes: F17 Q18, O10.

Résumé :

L'objectif de notre présent article est de voir l'importance de l'agriculture considérée comme un élément essentiel en vue d'une stratégie de développement des exportations hors hydrocarbure en Algérie. Actuellement l'agriculture devient un élément majeur pour exporter et valoriser la richesse du pays pour diminuer la dépendance sur les produits pétroliers et pour développer la filière des produits agricoles qui sont d'une grande utilité. Notre article porte sur la distribution de 50 questionnaires à un échantillon d'agriculteurs et avec un retour de 42 questionnaires ça concerne leurs avis et ambitions quant à l'importance sur les exportations Algériennes de produits agricoles qui représentent une réelle potentialité pour l'état Algérien pour encourager et favoriser les exportations et augmenter annuellement leurs volumes tout en tenant compte des opportunités offertes par l'état en faveur des exportateurs.

Mots clés : Exportations Hors Hydrocarbures, Agriculture, Stratégie, Importance, Développement, Algérie.

Codes de classification JEL : F17, Q18, O10.

Auteur correspondant: Kateb Mohammed Lakhdar, Email: kml31000@gmail.com

1-Introduction

L'essor extraordinaire des échanges commerciaux internationaux implique des adaptations à tous les niveaux et de tous les intervenants (banques, transporteurs, assurances). C'est le souci, notamment des institutions multilatérales spécialisées (OMC, CNECED, CCI)¹. L'opération d'exportation d'un produit vers l'extérieur s'agit d'une déclaration d'exportation déposée par le fournisseur auprès du service des douanes de son pays lors de l'expédition de la marchandise². L'exportation c'est une action de faire sortir légalement du territoire douanier une marchandise quelconque³.

Les exportations hors hydrocarbures en l'occurrence des produits agricoles deviennent de plus en plus importantes, ces exportations transitent par les ports. L'activité portuaire devient un outil au service du négoce international puisque des commerçants s'installent à proximité de certains ports pour se spécialiser dans des transactions concernant des marchandises particulières telles que les céréales⁴.

Dans notre présent article nous allons voir un échantillon d'agriculteurs pour voir leurs avis et leurs intérêts et importance sur les exportations hors hydrocarbures en Algérie, l'agriculture comme stratégie de développement, et aussi la promotion des produits agricoles.

Notre problématique de recherche va tourner autour de la question suivante:

Est-ce que les agriculteurs sont conscients de l'importance des exportations des produits agricoles et de l'encouragement de l'état ?

Pour apporter une réponse à notre problématique, nous aborderons deux hypothèses et qui sont les suivantes:

Hypothèse 01: Les exportations des produits agricoles augmentent les recettes de l'état, et il existe des politiques d'encouragement des exportations des produits agricoles.

Hypothèse 02: L'état prend en compte l'accompagnement et le suivi des exportateurs des produits agricoles.

Pour répondre à notre problématique dans notre article, nous allons voir une introduction, notion sur la stratégie de croissance et de diversification, la décision d'exportation, le club des exportateurs des produits agricoles, politique agricole en Algérie et le plan 2015-2019, un cas pratique et enfin une conclusion.

2-Stratégie de croissance et de diversification

2-1-Définition de la stratégie

Une stratégie est une dynamique globale définie par une direction en vue d'atteindre un objectif, qui mobilise toutes les forces disponibles autour d'un plan stratégique précis⁵.

La stratégie d'entreprise correspond à l'ensemble des décisions et actions qui orientent de façon déterminante et sur le long terme, la mission, les métiers et activités de l'entreprise, ainsi que son mode d'organisation et de fonctionnement. La stratégie porte à la fois sur l'entreprise et son environnement et a un effet sur la politique générale de l'entreprise. Elle permet

de tracer le champ d'actions d'une entreprise, dans le temps (3/5 ans) et dans l'espace (marchés et clients visés) à partir des ressources existantes (financière, humaine, technologique, organisationnelle, immatérielle...) et de nouvelles dotations, en fonction des évolutions de l'environnement.

2-2-La stratégie de croissance

La croissance a toujours été la préoccupation majeure des entrepreneurs. On utilise même souvent l'image de l'avion : « Une entreprise est comme un avion : elle ne survie que lorsqu'elle avance. Elle ne sait pas faire du surplace et encore moins reculer. ». Plusieurs raisons expliquent cet état de fait. Mais c'est aussi le marché qui va influencer directement sur la croissance de l'entreprise. Lorsque l'on observe le comportement de l'entreprise par rapport à son marché, trois types de croissance peuvent être identifiés :

A- La croissance portée :

L'entreprise croit parce que le marché sur lequel elle est située connaît une forte croissance. Elle est comme un bouchon emporté par le courant ! Les entreprises implantées sur le marché chinois connaissent de fortes croissances.

B- La croissance intensive :

L'entreprise croit plus vite que ses concurrents, elle accroît sa part de marché dans son industrie.

C- La croissance extensive :

L'entreprise croit par pénétration de nouvelles marches en s'implantant dans de nouveaux pays ou en lançant de nouveaux produits⁶.

2-3-La stratégie de diversification

La diversification consiste pour l'entreprise à élargir son portefeuille d'activités. Le développement peut s'effectuer soit en conservant un lien avec l'activité d'origine de manière à générer des synergies, soit en ne cherchant pas à conserver de lien avec l'activité d'origine pour répartir les risques⁷.

L'entreprise diversifiée se définit ainsi par la coexistence de plusieurs métiers de nature différente. Il existe trois types de diversification :

A- La diversification concentrique ou de proximité : L'objectif est de bénéficier des effets de synergie que permet la complémentarité entremétiers. Il s'agit ici d'élargir le métier de base de l'entreprise à des métiers très proches (diversification de proximité) ou à des métiers connexes ayant un lien technique/commercial avec le métier d'origine (diversification concentrique).

B-La diversification totale de type industriel (intégration de métiers totalement nouveaux : produit nouveau sur un marché non familier).

L'objectif est ici de s'orienter vers des métiers entièrement nouveaux.

Les stratégies de diversification pure sont incontestablement les stratégies les plus risquées, puisqu'elles conduisent l'entreprise sur des terrains non familiers.

C- La diversification conglomérale : où le choix des métiers se fait seulement par rapport à des critères financiers (recherche avant tout de métiers rentables

à court terme). La diversification peut avoir plusieurs avantages. Elle peut constituer une source de survie, lorsque le métier de base de l'entreprise est en phase de déclin.

Elle peut aussi permettre à l'entreprise de se redéployer vers d'autres métiers, lorsque le métier de l'entreprise est secoué par une crise grave (tel est le cas pour des firmes spécialisées, comme par exemple les entreprises de la sidérurgie, du ciment ou du papier) ou se trouve en phase de maturité⁸.

L'exportation génère un besoin en financement inhérent au fait que le vendeur accorde un délai de paiement plus au moins long à ses clients étrangers. Faute d'exiger des acomptes, l'exportateur doit financer non seulement la période de fabrication mais aussi la période de crédit accordée à l'acheteur étranger⁹.

Concernant la stratégie d'exportation, elle se fait suivant le respect de l'assurance transport, c'est la responsabilité du transporteur qui est présumée dès la prise en charge de la marchandise quand au respect des délais et au bon état des marchandises transportées¹⁰.

3-La décision d'exportation :

L'exportation devient une nécessité pour une grande partie des entreprises. Les raisons en sont multiples :

- Trouver de nouveaux marchés pour faire face à une concurrence croissante et à la saturation de la demande dans certains secteurs.
- Diversifier les risques de distribution des produits.
- Diminuer les coûts de production.

L'activité d'exportation nécessite des structures adéquates (organisation de la fonction export : recrutement de personnels sédentaires et non sédentaires qualifiés, équipement en moyens de communication performants...).

Elle nécessite aussi des choix stratégiques importants : quel(s) produit(s) exporter (le produit distribué en France ou un produit adapté aux attentes des consommateurs du pays déterminé ?), dans quel pays, quel est le meilleur moment, comment pénétrer le marché du pays choisi ?

Toutes ces questions entraînent la réalisation d'une étude du marché envisagé¹¹. Elle se réalise par :

L'étude de marché, l'étude de la demande, l'étude de l'offre, l'étude de la commercialisation, et l'étude de l'environnement.

De nombreuses informations sont indispensables sur le pays envisagé : potentiel actuel et futur, croissance de la population, stabilité de la monnaie, nature des échanges avec l'extérieur, degré d'intervention de l'État, stabilité du pouvoir

La décision d'exportation est prise en regard des résultats de l'étude de marché. Les risques doivent être mesurés et acceptés.

Des objectifs doivent être fixés, un budget doit être établi et un plan d'action mis en œuvre.

4-Le club des exportateurs des produits agricoles :

Le premier Club algérien des exportateurs des fruits et légumes est né. Il est issu d'un groupe de travail, chargé de la promotion des exportations des produits agricoles. Lors d'une rencontre, avec les membres du Club, M. Djellab a précisé que le groupe de travail, s'emploie actuellement à l'élaboration d'un plan d'action qui sera soumis au gouvernement avant fin **septembre 2018**. S'agissant des objectifs du groupe, qui a tenu à ce jour cinq réunions, le ministre a rappelé la composition de groupes chargés notamment de la restructuration du fonds de la promotion de l'exportation, la mise en place d'une prime à l'export, l'élaboration d'une cartographie de produits agricoles et un tableau de production qui sera enrichi par le programme d'investissement agricole en vigueur, en sus du renforcement du volet logistique.

Toutes les conditions seront réunies pour le lancement de l'exportation de produits agricoles locaux vers les marchés étrangers, a-t-il rassuré, faisant savoir que le gouvernement œuvre à la création d'un réseau de laboratoires pour faciliter l'accréditation et la collaboration avec le ministère des Affaires étrangères afin d'accompagner les responsables de l'exportation au niveau du pays hôte. L'Algérie a exporté entre **51 et 52 millions de dollars** depuis le début de l'année **2018**¹².

5-La politique agricole en Algérie et le plan du gouvernement 2015-2019

5-1-Quelques chiffres clés

L'Algérie est au cœur d'un marché porteur en plein renouveau agricole, en citant quelques chiffres clés qui sont comme suit :

- ✓ **10 %** du PIB agricole et **8,5Mha** de Surface Agricole Utile (S.A.U)
- ✓ **41.4 Mha** de terres agricoles (17,4% du territoire).
- ✓ **95%** des besoins en machines agricoles proviennent de l'importation avec plus d'**1million** d'exploitations agricoles.
- ✓ **25%** de la population active employée par ce secteur.
- ✓ Augmentation de la production agricole depuis le lancement du Plan. National pour le Développement Agricole et Rural (PNDAR) et de la politique de renouveau de l'économie agricole et rurale.

5-2-Le nouveau plan d'action du gouvernement 2015-2019

La priorité de l'état dans ce nouveau plan d'action de **05 ans** est de miser sur le développement agricole national et aussi la valorisation des produits agricoles, ainsi l'état développe ce qui suit :

- Investir pour la sécurité alimentaire, améliorer la qualité, diversifier et valoriser les produits locaux. Dans ce cadre, il est prévu que le concours financier de l'Etat au développement agricole et rural passera de **200 milliards de dinars** actuellement, à **300 milliards de dinars** par année pour le nouveau quinquennat.
- Développer le système d'irrigation : les superficies irriguées seront doublées pour atteindre, à l'horizon **2019**, **25 %** des terres cultivées soit 2 millions d'hectares à l'irrigué.
- Promouvoir la **mécanisation** de la production pour pallier le manque de main-d'œuvre agricole et développement des infrastructures.
- Répondre aux besoins importants dans **10 filières prioritaires** : l'augmentation de la productivité dans les filières stratégiques que sont les céréales, les viandes rouges, les laitages et les légumes secs est au centre des priorités des cinq années à venir (création d'entreprises, , amélioration du climat des affaires).
- Favoriser la transmission des savoir-faire et la R&D¹³.

6-Etude de cas

Notre échantillon d'étude concerne un groupe d'agriculteurs pour voir leurs avis et ambitions et l'importance des exportations hors hydrocarbure en l'occurrence les produits agricoles en Algérie. Pour atteindre notre objectif concernant l'échantillon étudié dans notre enquête, et pour mieux émettre et donner des conclusions par une analyse claire des résultats Nous avons choisi l'utilisation du traitement informatique en utilisant le SPSS .L'analyse des résultats de notre enquête s'est faite à partir des résultats obtenus des interviewés pour avoir une banque de données. Puis l'analyse des données, le calcul des fréquences, pour ensuite analyser les résultats obtenus.

Dans notre enquête nous avons utilisé le face à face pour avoir le maximum de retour des réponses de la part des répondants (interviewés). Nous avons constaté un retour très important qui est de **84 %** des interviewés. Car sur les **50** questionnaires distribués et remis aux agriculteurs questionnés, nous avons récupéré **42** questionnaires, ce qui montre aussi l'intérêt des agriculteurs sur la thématique d'exportation des produits agricoles. Le présent tableau ci-dessous représente les questionnaires distribués et récupérés des agriculteurs interviewés comprenant les fréquences des questionnaires utiles à l'analyse.

Tableau N° 01 : Administrations et questionnaires distribués et récupérés.

Libellé	Questionnaires distribués	Questionnaires récupérés	Pourcentage des questionnaires utiles à l'analyse
Agriculteurs	50	42	84 %
TOTAL	50	42	84 %

Source : Préparation des chercheurs en s'appuyant sur le SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

1. Description des variables démographiques de l'échantillon

Tableau N° 02 : Description des variables démographiques de l'échantillon :

N°	Variable	Tranche	Nombre	Fréquence
01	L'âge	De 30 à 35 ans	05	11,9
		De 35 à 40 ans	12	28,6
		De 40 à 45 ans	15	35,7
		De 45 à 50 ans	08	19,0
		Plus de 50 ans	02	4,8
Total			42	100,00
02	Le genre	Féminin	04	9,5
		Masculin	38	90,5
Total			42	100,00
03	L'ancienneté dans le domaine	De 03 à 05 ans	06	14,3
		De 06 à 10 ans	09	21,4
		De 11 à 15 ans	10	23,8
		De 16 à 20 ans	15	35,7
		Plus de 20 ans	02	4,8
Total			42	100,00
04	Le niveau	Secondaire	08	19,0
		Technicien supérieur	22	52,4
		Ingénieur	12	28,6
Total			42	100,00

Source : Préparé par les chercheurs sur la base de l'SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

D'après la description des variables démographiques de l'échantillon, nous remarquons que l'échantillon étudié est représentatif et a permis aux agriculteurs questionnés de répondre clairement aux questionnaires remis, soit presque la totalité avec un retour de **42** questionnaires sur **50**, la tendance des questionnés sont âgés entre **40 à 45 ans** avec un pourcentage de **35,7 %**, la plupart c'est le genre masculin avec un pourcentage de **90,5 %**, les questionnés qui ont une ancienneté dans le domaine sont de **16 à 20 ans** avec un pourcentage de **35,7%**, et enfin la tendance concernant le niveau et celle de techniciens supérieurs avec un pourcentage de **52,4 %**.

Stabilité de l'outil du questionnaire

Les chercheurs ont utilisé pour mesurer la fiabilité du questionnaire sur le coefficient alpha Krumbach comme indiqué dans le tableau suivant:

Tableau N° 03 : Le test de valeurs du coefficient de stabilité du questionnaire

Cohérence générale du questionnaire	Nombre de phrases	Coefficient Alpha de Krumbach
	08	0,715

Source : Préparé par les chercheurs sur la base de l'SPSS.

Le tableau N° 03 indique que les **08** phrases du questionnaire comportaient un coefficient de stabilité très élevée et cohérent avec un coefficient **0,715**.

Répétition et proportions des phrases d'étude

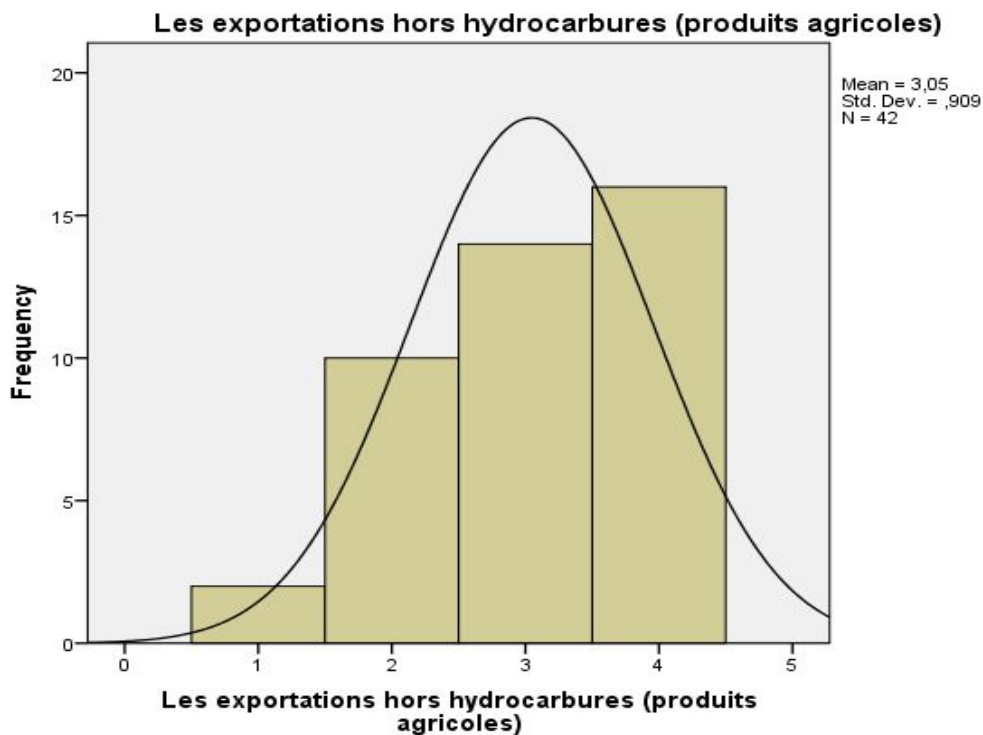
1. Les exportations hors hydrocarbures (produits agricoles)

Tableau N° 04 : Les exportations hors hydrocarbures (produits agricoles).

Libellé	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage validé	Pourcentage cumulatif
Une action supplémentaire	2	4,8	4,8	4,8
Une opportunité	10	23,8	23,8	28,6
Valide Une utilité	14	33,3	33,3	61,9
Un avantage	16	38,1	38,1	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Source : Préparé par les chercheurs sur la base de l'SPSS.

Figure N° 01 : Les exportations hors hydrocarbures (produits agricoles).



En ce qui concerne la question relative aux exportations des produits agricoles, nous constatons d'après le tableau et la figure que **4,8 %** disent que c'est une action supplémentaire, lors que **23,8%** disent que c'est une opportunité, tandis que **33,33 %** disent que c'est une utilité et la majorité soit **38,1 %** disent que c'est un avantage. Cela rejoint que les interviewés sont conscient de cet avantage.

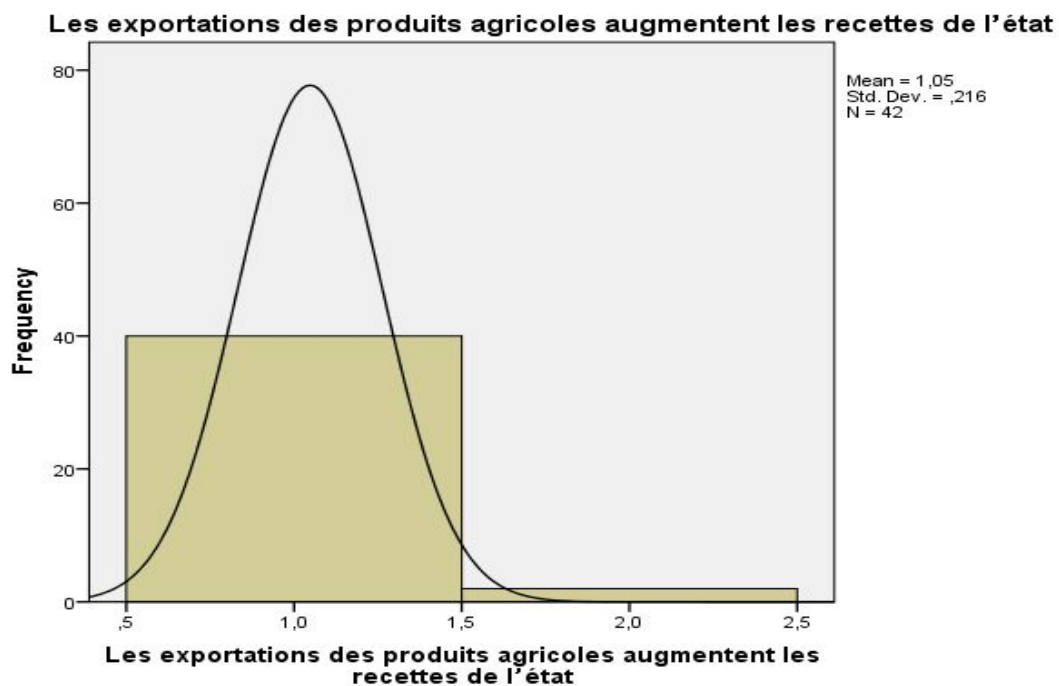
2. Les exportations des produits agricoles augmentent les recettes de l'état

Tableau N° 05 : Les exportations des produits agricoles augmentent les recettes de l'état

Libellé	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage validé	Pourcentage cumulatif
Oui	40	95,2	95,2	95,2
Valide Non	2	4,8	4,8	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Source : Préparé par les chercheurs sur la base de l'SPSS

Figure N° 02 : Les exportations des produits agricoles augmentent les recettes de l'état



Par rapport à la question relative aux exportations des produits agricoles et l'augmentation des recettes de l'état, et d'après le tableau et la figure on remarque que la majorité disent oui avec un pourcentage de **95,2 %** tandis que **4,8%** disent non, cela est due peut être par leurs méconnaissance.

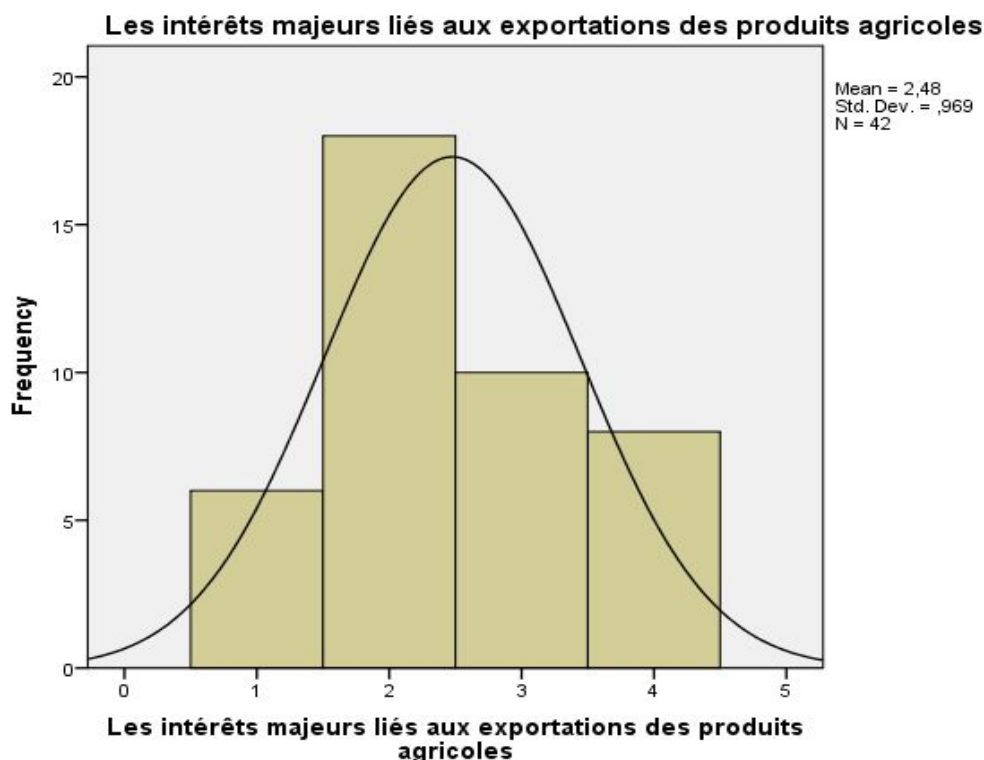
3. Les intérêts majeurs liés aux exportations des produits agricoles

Tableau N° 06 : Les intérêts majeurs liés aux exportations des produits agricoles.

Libellé	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage validé	Pourcentage cumulé
Améliorer la valeur des produits agricoles	6	14,3	14,3	14,3
Augmenter le volume des exportations	18	42,9	42,9	57,1
Promouvoir les recettes hors hydrocarbures	10	23,8	23,8	81,0
Une opportunité d'exporter	8	19,0	19,0	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Source : Préparé par les chercheurs sur la base de l'SPSS.

Figure N° 03 : Les intérêts majeurs liés aux exportations des produits agricoles



Concernant la question relative aux intérêts majeurs liés aux exportations des produits agricoles et le tableau et la figure nous avons constaté que **14,3%** disent c'est l'amélioration de la valeur des produits agricoles, alors que **23,8%** disent que c'est pour promouvoir les recettes hors hydrocarbures, tandis que **19 %** expriment que c'est une opportunité, et la tendance d'opinion disent que c'est pour augmenter le volume des exportations avec une fréquence de **42,9%**. Cela montre que les intérêts majeurs c'est d'augmenter les exportations et de ce fait ne pas dépendre seulement des hydrocarbures.

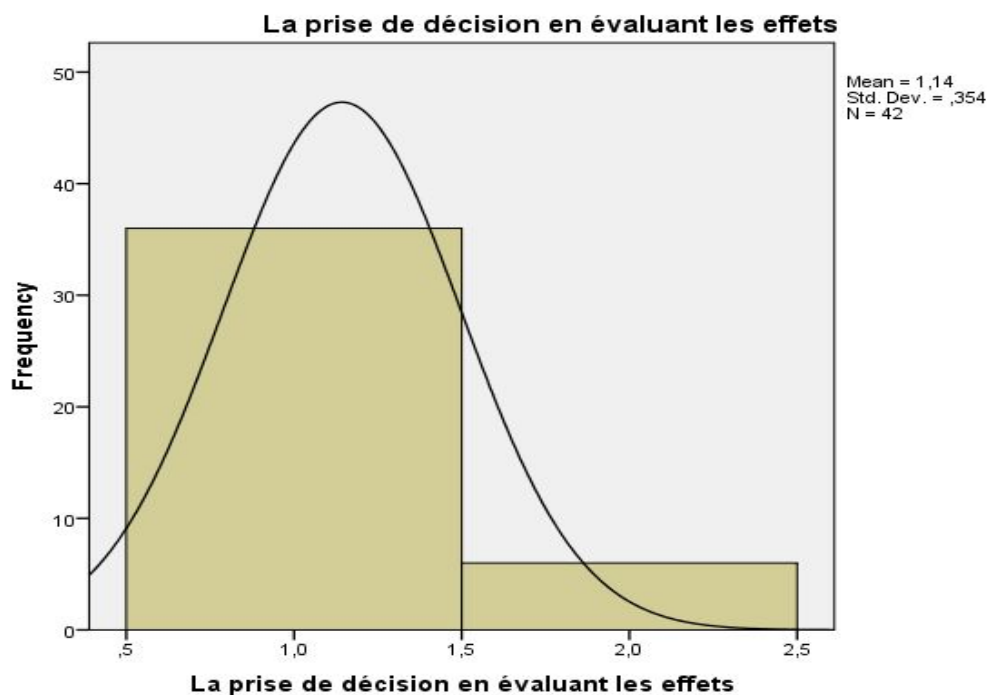
4. La prise de décision en évaluant les effets

Tableau N°07 : La prise de décision en évaluant les effets.

Libellé	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage validé	Pourcentage cumulatif
Tout à fait d'accord	36	85,7	85,7	85,7
Valide Assez d'accord	6	14,3	14,3	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Source : Préparé par les chercheurs sur la base de l'SPSS.

Figure N°04 : La prise de décision en évaluant les effets



Par rapport à la question relative à la prise de décision en évaluant les effets des exportations des produits agricoles et leurs importances et d'après le tableau et la figure, on remarque que la majorité disent que c'est tout à fait d'accord avec une tendance de **85,7 %**, tandis que **14,3 %** disent assez d'accord, cela montre qu'il existe des effets et de l'importance.

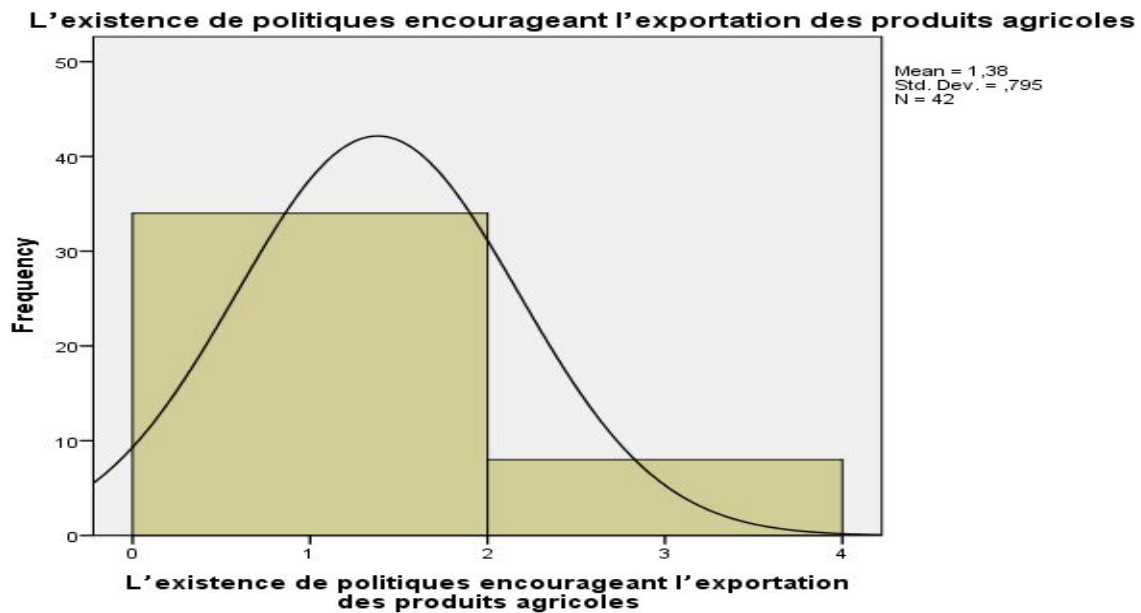
5. L'existence de politiques encourageant l'exportation des produits agricoles

Tableau N°08 : L'existence de politiques encourageant l'exportation des produits agricoles

Libellé	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage validé	Pourcentage cumulatif
Oui	34	81,0	81,0	81,0
Valide Ne sais pas	8	19,0	19,0	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Source : Préparé par les chercheurs sur la base de l'SPSS.

Figure N° 05 : L'existence de politiques encourageant l'exportation des produits agricoles.



Concernant la question relative à l'existence de politiques encourageant l'exportation des produits agricoles et d'après le tableau et la figure, nous avons remarqué que **81 %** disent que oui ça existent, alors que seulement **19 %** disent non, peut être qu'ils ne sont pas à jour des nouvelles politiques d'encouragement.

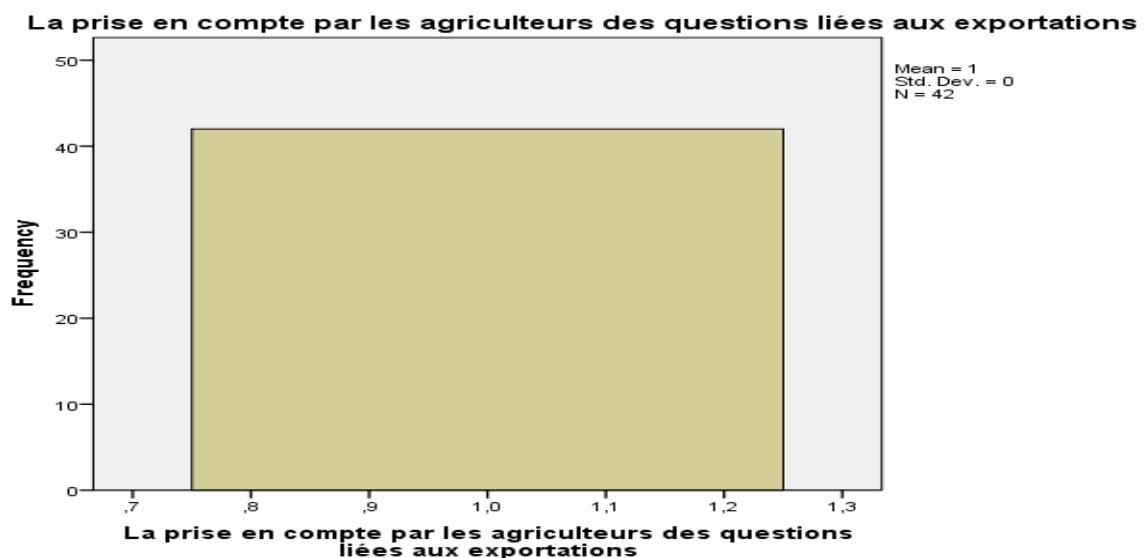
6. La prise en compte par les agriculteurs des questions liées aux exportations

Tableau N°09 : La prise en compte par les agriculteurs des questions liées aux exportations.

Libellé	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage validé	Pourcentage cumulatif
Valide Très importante	42	100,0	100,0	100,0

Source : Préparé par les chercheurs sur la base de l'SPSS.

Figure N° 06 : La prise en compte par les agriculteurs des questions liées aux exportations



Par rapport à la question relative à la prise en compte par les agriculteurs des questions liées aux exportations et d'après le tableau et la figure, nous constatons que la totalité soit **100 %** disent que c'est très importante, tandis, cela est due à leurs intéressement et intérêt aux exportations des produits agricoles.

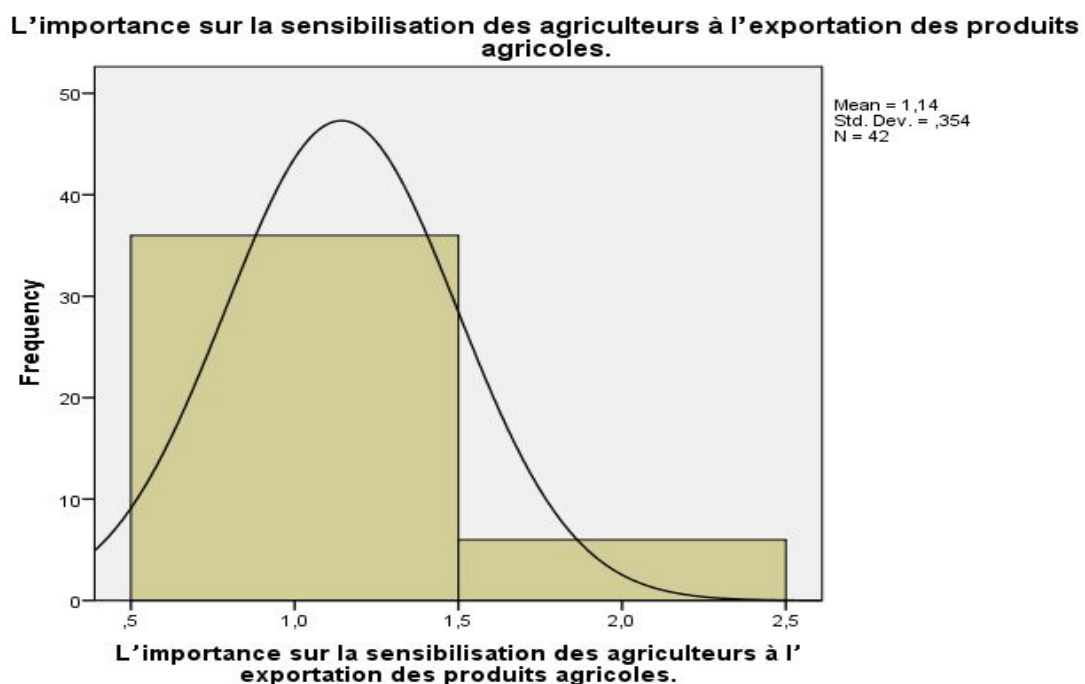
7. L'importance sur la sensibilisation des agriculteurs à l'exportation des produits agricoles

Tableau N°10 : L'importance sur la sensibilisation des agriculteurs à l'exportation des produits agricoles.

Libellé	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage validé	Pourcentage cumulatif
Très importante	36	85,7	85,7	85,7
Valide Importante	6	14,3	14,3	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Source : Préparé par les chercheurs sur la base de l'SPSS.

Figure N° 07 : L'importance sur la sensibilisation des agriculteurs à l'exportation des produits agricoles.



En ce qui concerne la question de l'importance sur la sensibilisation des agriculteurs à l'exportation des produits agricoles, et d'après le tableau et la figure la majorité disent que c'est très importante avec une fréquence de **85, 7%**, alors que seulement **14, 3%** disent que c'est importante, ce qui montre que la pluparts des agriculteurs sont sensibilisé.

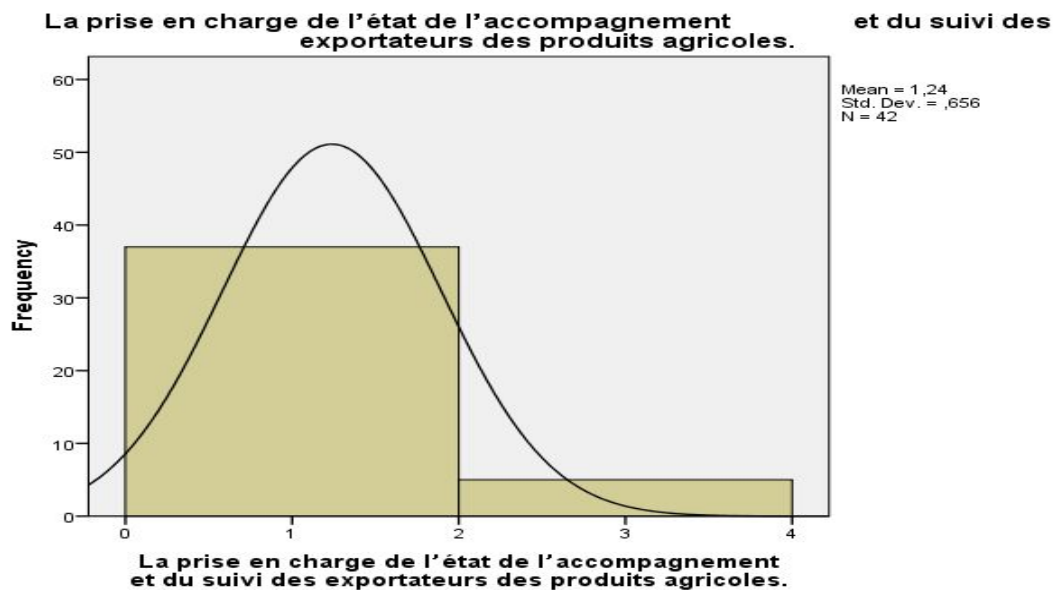
8. La prise en charge par l'état de l'accompagnement et du suivi des exportateurs des produits agricoles

Tableau N° 11 : La prise en charge par l'état de l'accompagnement et du suivi des exportateurs des produits agricoles.

Libellé	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage validé	Pourcentage cumulatif
Oui	37	88,1	88,1	88,1
Ne sais pas	5	11,9	11,9	100,0
Total	42	100,0	100,0	

Source : Préparé par les chercheurs sur la base de l'SPSS.

Figure N°08 : La prise en charge par l'état de l'accompagnement et du suivi des exportateurs des produits agricoles



En ce qui concerne la prise en charge par l'état de l'accompagnement et du suivi des exportateurs des produits agricoles, et d'après le tableau et la figure nous remarquons que **88,1 %** disent oui, tandis que **11,9 %** disent non, ce qui rejoint les opinions qui disent oui car l'état prend en comptes le suivi des exportateurs des produits agricoles et ceci pour encourager la filière, et ne pas dépendre seulement des hydrocarbures.

Conclusion

Dans notre étude sur concernant un groupe d'agriculteurs nous avons reçu un feed back important de la part des interviewés, sur les questions relatives à l'agriculture comme stratégie de développement des exportations en Algérie.

L'ensemble des questionnés sont conscient et donnent de l'importance sur les exportations des produits agricoles pour diminuer la dépendance sur les exportations d'hydrocarbures.

Nous avons pu regrouper quelques recommandations suivantes :

Les agriculteurs Algériens doivent prendre en considération et suivre l'actualité du domaine des exportations hors hydrocarbures des produits agricoles.

L'état en l'occurrence les pouvoirs publics doivent donner de l'importance et de l'intérêt aux suggestions et préoccupations des agriculteurs.

Rendre le dispositif d'exportations des produits agricoles simple et facile, en accordant des délais réduits lors de l'opération d'exportation.

Adopter des mesures d'accompagnement et de suivi des exportateurs des produits agricoles jusqu'à la réussite de l'opération.

Nous avons conclu d'après nos hypothèse émises dans notre travail de recherche que :

-L'état Algérien augmente ses exportations à partir des produits agricole, et qu'il favorise cela, en plus cela est clair de la politique Algérienne actuelle

-L'état accompagne et suit les exportateurs Algériens des produits agricoles.

Enfin, l'état Algérien doit sensibiliser et encourager d'avantage les exportations des produits agricoles qui sont considérés comme levier de développement des exportations en Algérie. Aussi d'adopter des politiques d'encouragement avantageuses pour la filière agricole, tout en donnant des garanties aux profits des agriculteurs désirant exporter vers l'étranger leurs produits agricoles.

Références bibliographiques :

- ¹ Chehrit Kamel : Les crédits documentaires, Alger, Éditions Grand Alger Livre 2006,p 5.
- ² Ksouri Idir : Droits et obligations du commissionnaire en douane, Alger : Éditions Grand Alger Livre 2006, p 45.
- ³ Ksouri Idir : Les régimes douaniers, Alger : Éditions Grand Alger Livre 2007,p 357.
- ⁴ Tefili Said : Les métiers portuaires, Alger, Éditions ITCIS 2010, p 14.
- ⁵ Van Laethem Nathalie : Toute la fonction marketing, Paris, Éditions Dunod 2005, p 26.
- ⁶ Ouvrage collectif, Politique générale de l'entreprise : Stratégor, Paris : Éditions Dunod 2004,p 196
- ⁷ Cartier Manuel, Delacour Hélène, Joffre Olivier : Maxi Fiches de stratégie, Paris : Éditions Dunod 2010, p 46.
- ⁸ Meier Olivier : Dico du Manager, Paris : Éditions Dunod 2009, p 188-189.
- ⁹ Legrand Ghislaine, Martini Hubert : Gestion des opérations import-export ; Paris, Éditions Dunod 2008, p 199.
- ¹⁰ Legrand Ghislane, Martini Hubert : Le petit export, Paris, Éditions Dunod 2010, p 16.
- ¹¹ Demeure Claude : Marketing, Paris, Éditions Dunod 2008, p 280.
- ¹² Produits agricoles : Le premier club des exportateurs est né. Disponible sur le lien : www.radioalgerie.dz/news/fr/article/20180719/146495.html.Consulté le 04-04-2019.
- ¹³ L'agriculture en Algérie. Disponible sur le lien : <https://www.sima-sipsa.com/Exposants/L-agriculture-en-Algerie>.Consulté le 24-04-2019.