
**Contribution à l'analyse de la diplomatie économique de l'Algérie en
Afrique Subsaharienne**
**Contribution to the analysis of Algeria's economic diplomacy in Sub-Saharan
Africa**

GUESMIA El Hadi^{1*}, ABRIKA Bélaid², CHEGROUCHE Lagha³

¹Université de Tizi Ouzou, Algérie, Email, elhadiguesmia39@gmail.com

²Université de Tizi Ouzou, Algérie, Email, belaidamazigh@yahoo.fr

³Université Paris 1, France, Email, aghache@gmail.com

Reçu le: 03/08/2022

Accepté le: 23/09/2022

Publié le: 30/10/2022

Résumé:

L'objectif de cette contribution est d'appréhender le rôle de la diplomatie économique dans la promotion du commerce et le niveau d'investissement entre l'Algérie et les pays de la zone d'Afrique Sub-saharienne. En s'appuyant sur une approche descriptive et analytique de certaines données liées à l'évolution du volume des échanges et de l'investissement entre l'Algérie et cette zone, cette contribution montre que la diplomatie économique de l'Algérie est encore embryonnaire en Afrique subsaharienne. L'Algérie développe une politique économique africaine plutôt fondée sur les ressources énergétiques, les infrastructures de transport, la sécurité et la paix, et ses entreprises sont quasi absentes dans la politique de conquête des marchés subsahariens. Les résultats de la recherche concluent sur la nécessité de lever les obstacles freinant les exportations, notamment les exportations hors Hydrocarbures, de l'Algérie vers l'Afrique subsaharienne et ce en capitalisant sa position géostratégique et les politiques prestigieuses entretenues en Afrique.

Mots clés: Afrique subsaharienne, Algérie, Commerce, Diplomatie, Investissement.

JEl Classification Codes: F21, F23, F40, O55

Abstract:

The objective of this contribution is to understand the role of economic diplomacy in the promotion of trade and the level of investment between Algeria and the countries of the Sub-Saharan Africa region. Based on a descriptive and analytical approach of some data related to the evolution of the volume of trade and investment between Algeria and this area, this contribution shows that the economic diplomacy of Algeria is still embryonic in Sub-Saharan Africa. Algeria is developing an African economic policy based on energy resources, transport infrastructure, security and peace, and its companies are almost absent in the policy of conquering Sub-Saharan markets. The results of the research conclude on the need to remove the obstacles slowing down the exports, in particular the non-hydrocarbon exports, of Algeria towards the Sub-Saharan Africa and this by capitalizing on its geostrategic position and the prestigious policies maintained in Africa.

Keywords: Algeria, Diplomacy, Investment, Sub-Saharan Africa, Trade

JEl Classification Codes : F21, F23, F40, O55.

* : GUESMIA El Hadi, e-mail : elhadiguesmia39@gmail.com

1. Introduction

La mondialisation des économies attribue à la diplomatie gouvernementale un nouveau rôle ; la diplomatie économique(DE) fait partie intégrante des politiques gouvernementales et contribue à la réalisation des objectifs visant à soutenir et à stimuler les entreprises nationales et à améliorer leur compétitivité. Le commerce international contemporain évolue dans un contexte marqué par des changements perpétuels où le soutien diplomatique au commerce et l'investissement gagne en importance.

La présente recherche répond à la problématique de déploiement international des entreprises algériennes dans la perspective d'inclure leurs actions et de résoudre les difficultés rencontrées à l'international, en particulier, en Afrique Subsaharienne(ASS)¹. Il y a lieu de préciser que la diplomatie de l'Algérie se veut, durant les deux dernières décennies, plus ambitieuse et offensive, d'autant plus que la projection accrue de nombreux pays (Chine, France, Maroc, Russie, Turquie..) sur le continent africain est, de plus en plus, marquée des rivalités, en dévoilant tous leurs ambitions africaines. Ceci étant dit, l'Algérie envisage le développement de ses relations économiques avec les pays subsahariens plus qu'une nécessité. Dans ce contexte mouvant caractérisé par une concurrence accrue, il est question d'analyser la stratégie déployée par l'Algérie qui mise sur sa DE et les entreprises économiques envisagées comme un acteur incontournable pour dynamiser sa croissance économique et ajuster, par ailleurs, ses grands équilibres macroéconomiques externes.

Le phénomène de l'internationalisation des entreprises a fait objet de nombreux travaux de recherche qui portent sur l'étude de son expansion et leurs déterminants à l'étranger (Méziade, 2015, 51). Bien que les cadres conceptuels et théoriques issus du domaine de recherche de l'économie et davantage celle de la théorie de l'organisation de la firme ont façonné ces développements théoriques (Dunning, 1981 ; 2006 ; Buckley & Casson,1985) l'analyse de l'internationalisation des entreprises dans la littérature économique permet d'identifier trois grandes approches complémentaires (Méziade, 2015,p.52) à savoir : l'approche Behavioriste (Johansson & Vahlne, 2009,1411-1431), qui insiste essentiellement sur les sollicitations externes (développement des marchés domestiques ou d'exportation ; besoins d'innovation) pour expliquer la décision d'internationalisation des entreprises ; l'approche par les ressources(Prahalad & Hamel,1990, 79-91; Penrose, 1959; Teece et al., 1997, 509-533), qui recherche dans les capacités spécifiques des entreprises les éléments fondateurs de leur internationalisation ; enfin, l'approche par les connaissances et les réseaux (Johansson & Mattsson,1988, 287-314) qui, en sus de considérer que c'est la position séquentielle des entreprises dans un réseau d'échanges et de relations inter-firmes qui détermine leur degré d'internationalisation, celle-ci intègre aussi le rôle de la puissance publique dans le processus d'internationalisation des entreprises (Dunning & Van Hoesel et al. 1996).

¹ Regroupant 48 pays (îles comprises), l'ASS est subdivisée en quatre sous-régions connues sous les noms d'Afrique de l'Ouest, d'Afrique de l'Est, d'Afrique centrale et d'Afrique australe.

Concernant le rôle de l'Etat dans l'internationalisation des entreprises, la littérature s'intéresse essentiellement sur les déterminants de l'intervention de la puissance publique (Sim & Pandian, 2003, 27-50 ; Dunning et al, 1996) et relativement moins sur les actions et les moyens mis à contribution. A ce titre, l'objectif de cette étude est d'appréhender l'importance de l'intervention de l'Etat dans la promotion des échanges et le déploiement des entreprises algériennes sur les marchés subsahariens, et ce, en essayant de répondre à la problématique inhérente aux enjeux et à l'apport de la DE dans le déploiement des entreprises algériennes sur les marchés subsahariens sur toute la période s'étendant de 1999 à 2020.

Ce travail **trouve sa justification** pour, au moins, quatre raisons, à savoir : la volonté des pouvoirs publics algériens depuis 2015 à diversifier les exportations hors hydrocarbures (HH); l'annonce de la nouvelle politique industrielle en 2016, qui semblent s'orienter vers plus d'ouverture sur l'investissement étranger² et l'intérêt porté ces dernières années sur la DE en Algérie, enfin la crise budgétaire de ces dernières années entraînée par la chute des cours du pétrole. En effet, dans cette étude nous soutenons l'hypothèse qu'une approche économique orientée vers l'ASS de l'activité diplomatique algérienne pourrait éventuellement accroître les indicateurs économiques de l'Algérie et ce en dynamisant les activités des entreprises aptes à placer leurs produits sur ces marchés. Pour répondre à la problématique, **la méthodologie de recherche** adoptée dans ce travail s'articule autour de deux axes : dans un premier lieu, utiliser une **approche descriptive** dont le but principal est de cerner l'essentiel des travaux réalisés relatifs à ce nouveau domaine de l'économie (définitions, instruments et rôle joué dans l'économie). Dans un second lieu, un examen de données statistiques collectées auprès du Conseil national de l'information statistique (CNIS), l'Agence nationale de développement de l'investissement (ANDI) et the United Nations Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade), sur toute la période 2000-2020, à travers une approche **analytique** sera présenté dans le but d'examiner l'apport de la DE en termes de promotion du commerce et des investissements entre Algérie et l'ASS.

Cet article est mené en quatre parties, dans la première partie, nous avons présenté le cadre théorique de l'étude et les principaux traits caractéristiques de concept de la DE. Dans la deuxième partie, nous nous sommes penchés sur les différents instruments de déploiement de la DE algérienne en ASS. Dans la troisième, en se basant sur les données chiffrées récoltées auprès des différents organismes nationaux et internationaux, nous nous sommes intéressés aux multiples apports potentiels de la DE à la promotion du commerce et de l'investissement algérien en ASS en mettant au cœur de l'analyse l'hypothèse de déploiement efficace des entreprises algériennes dans cette zone. Dans la dernière partie, et dans un objectif de complémentarité, nous avons proposé de soutenir notre approche en analysant comment la DE peut-elle être au service des intérêts algériens en ASS et de penser, le cas échéant, les actions stratégiques pour mieux cerner les enjeux et apporter les corrections nécessaires à l'action diplomatique et sa contribution futur au positionnement efficace du pays en ASS et la conclusion de partenariats économiques.

2. La diplomatie économique : débat

² Dans le cadre notamment de l'introduction d'une nouvelle approche et la stratégie des pouvoirs publics à la diversification de l'économie, insérées dans le plan d'action du Gouvernement par, entre autres, la promulgation de la loi n°16-09 du 03/08/ 2016 relative à la promotion de l'investissement et l'ensemble des textes d'application pris pour son application, cadre idéal et incitatif aux investissements (JORA n° 46 du 03/08/2016).

2.1 Contexte du concept

Dans la pratique, la DE est un concept moderne³ qui ne s'est imposé dans la littérature économique qu'au cours de la dernière décennie (Bergeijt & Moons, 2018, 2). Elle suscite aujourd'hui un grand intérêt dans la mesure où elle est au cœur d'une rencontre des relations internationales et « des préoccupations des Etats : politique de développement, intelligence économique, compétitivité de l'entreprise, délocalisation des firmes, et internationalisation des champions nationaux » (Dafir, 2014, 851). L'économie internationale a toujours été intimement mêlée à l'action diplomatique bien qu'elle n'ait été encore qu'une préoccupation secondaire à l'antiquité ou plus tard, au détour du XV^e siècle avec la république de Venise et les traités de Westphalie de 1648 (Roosens, 2001). En effet, c'est pour sauvegarder et défendre des intérêts avant tout commerciaux que sont nées les institutions consulaires (qui ont été investis de fonctions commerciales et administratives) vers le XVII^e siècle. Selon Kessler (1999, 247), au cours des siècles, les Etats ont toujours intégré des buts économiques dans leur action extérieure, travaillant à la recherche des garanties, des débouchés, des zones d'influence pour leurs entreprises et leurs produits.

2.2 Recherche en diplomatie économique : quelle approche ?

Bien que la DE soit un concept qui est repris régulièrement dans les travaux scientifiques et dans les documents officiels, et les contributions couvrent souvent de nombreux aspects du phénomène sous différents angles et perspectives, un large spectre illustre, cependant, « le caractère multidimensionnel du concept et l'éventail des techniques disponibles » (Okano-Heijmans, 2011, 7-8). Il est difficile et même complexe d'appréhender et de conceptualiser la DE. Les définitions du concept diffèrent selon les auteurs et les Etats. Aussi la DE se définit-elle non par ses instruments, mais par les problèmes économiques et commerciaux qui lui donnent son contenu (Badel, 2009). Il existe de nombreuses définitions intelligibles de la DE, mais, très peu de tentatives ont été faites pour développer une meilleure compréhension de la signification, de la portée et fins du concept et construire un cadre analytique et conceptuel (Bayne & Woolcock, 2011, 59).

Deux écoles de la DE peuvent être distinguées: la première école soutient que la DE peut être qualifiée de « business for business » (voir Sun & Zoubir, 2015, 905-906 ; Pajtinka, 2016, 34-35), c'est-à-dire que les affaires sont à la fois les moyens et les fins de la DE ; la deuxième école soutient que la DE peut être qualifiée de la poursuite du politique par d'autres moyens et elle a pour fonction la poursuite d'objectifs diplomatiques et politiques en utilisant des moyens ressortissant de domaine économique et commercial (Carron de la Carrière, 1998).

a) La diplomatie économique comme « business for business »

Selon cette école, dans le nouveau contexte de compétition économique et de concurrence internationale, tous les Etats œuvrent dans le sens de la défense et la promotion de leurs intérêts économiques nationaux. Leur principale préoccupation est autant de

³ A notre sens, le concept est moderne essentiellement dans son usage.

promouvoir les échanges commerciaux avec leurs partenaires étrangers que de soutenir leurs acteurs économiques nationaux et leur permettre de saisir toutes les opportunités de développement en leur garantissant un accès libre et permanent aux marchés mondiaux (Denécé, 2011, 74). Dans cette perspective, la fonction de la DE en tant qu'un ensemble des activités diplomatiques officielles, est de permettre d'accroître les exportations, d'attirer les IDE et de participer aux activités diplomatiques internationales qui s'axent sur la reconnaissance des intérêts économiques du pays sur le plan international (Baranay, 2009). Dans ce sens, Saner et Yiu (2003, 13) voient aussi en la DE « l'activité des missions diplomatiques visant à promouvoir le secteur commercial et financier de l'Etat d'origine dans le but de soutenir son développement économique ». Cela dit, la DE consiste à utiliser tous les outils économiques dont dispose un Etat pour réaliser ses intérêts nationaux.

b) La diplomatie économique, la poursuite du politique par d'autres moyens

La DE est, selon cette école, ce que la tradition anglo-américain qualifie « d'économic statecraft » qui, pour Baldwin (1985) « l'utilisation de moyens économiques pour poursuivre des objectifs de politique étrangère, l'aide étrangère, le commerce et les politiques régissant les flux internationaux de capitaux peuvent être utilisés comme instruments de politique étrangère et sont considérés comme la forme la plus courante d'habileté de politique économique ». De cette définition, on peut déduire que les Etats peuvent utiliser des vecteurs économiques pour réaliser des objectifs diplomatiques et politiques, et cela y compris par des moyens positifs d'aide économique (concession commerciales, partenariats, traités) et par les moyens négatifs comme les sanctions économiques. Dans ce sens, la DE est, comme a été définie par Berridge & James (2003, 91) « une activité qui s'intéresse aux questions de politique économique, y compris la diplomatie qui utilise des ressources économiques soit comme récompenses, soit comme sanctions dans la poursuite d'un objectif particulier de politique étrangère ». L'économie étant donc considérée comme un moyen qu'un pays donné utilise pour atteindre des objectifs politiques (Sun & Zoubir, op.cit, 910) et diplomatiques dans sa mise en œuvre.

Sur la base du cadre conceptuel précédent, nous noterons que la DE aurait généralement trois fonctions principales à savoir: faciliter les débouchés des entreprises nationales à l'étranger, attirer les IDE sur le territoire domestique et infléchir les règles internationales dans le sens des intérêts domestiques. Aussi, la DE touche-t-elle à des domaines divers et variés comme le commerce, l'investissement, les migrations, l'aide au développement, et utilise comme outils les relations, l'influence, l'intermédiation ou la négociation. En outre, comme le soutient le premier groupe de chercheurs, la DE implique de nombreux acteurs, et elle repose non seulement sur les Etats mais aussi sur les institutions régionales et multilatérales, entre autres acteurs non étatiques (ONG, entreprises,...) (Revel, 2011, 60).

Dans cette étude, en s'inscrivant dans le cadre de la première approche, nous nous limiterons au rôle de la DE dans le cadre de l'internationalisation des entreprises en tant qu'un vecteur de positionnement économique des Etats. Il était donc impératif, pour nous, de mettre en évidence cette approche car elle montre que l'autorité publique vise à réaliser des objectifs de croissance et de prospérité à travers les intérêts des entreprises et des groupes socioprofessionnels et ce en défendant la compétitivité de ces acteurs à l'étranger ; cela montre que l'Etat déploie sa DE dans un souci d'être compétitif économiquement.

3. Approches de la diplomatie économique de l'Algérie à l'égard des pays subsahariens

Bien que l'ancrage africain de l'Algérie en ASS remonte aux temps anciens, ces relations diplomatiques et économiques ne se sont intensifiées qu'après les indépendances nationales car l'Algérie a souvent soutenu les mouvements de libération en Afrique.

Cela étant, l'Algérie a, dès 1969, inscrit sa politique étrangère dans le cadre des orientations africaines et panafricanistes. A partir des années 2000, l'Algérie va développer un cadre juridique propice à l'amélioration de ses relations commerciales avec ses partenaires subsahariens à partir de nombreux leviers diplomatiques (bilatéraux, interrégionaux..). Ces derniers visent à faciliter le commerce frontalier et à accroître les perspectives d'investissements des entreprises algériennes en ASS et vice versa (Guesmia, 2019).

Etant aujourd'hui un acteur régional incontournable, le plus grand pays d'Afrique par sa superficie et d'Afrique du nord par son PIB, l'Algérie est également un pays qui s'inscrit dans une perspective d'insertion progressive de son économie dans la nouvelle division internationale du travail. C'est grâce à ses richesses sur le plan énergétique ainsi qu'à sa position géographique privilégiée dans la rive sud de la Méditerranée, l'Algérie jouirait d'une influence remarquable au niveau des organisations régionales auxquelles elle appartient (OUA, Nouveau Partenariat pour le Développement de l'Afrique (NEPAD)).

Sur le plan institutionnel, les services économiques du Ministère des affaires étrangères (MAE) en tant qu'instrument de la politique étrangère de l'Algérie, occupe une place prépondérante dans l'action économique extérieure. Ceci grâce aux missions qu'ils ont à leur charge auprès des institutionnels, des entrepreneurs et d'éventuels partenaires étrangers. Son action concerne d'abord, la mise à la disposition de toutes informations commerciales qui intéressent ces acteurs. Ensuite, le MAE accompagne et assiste les entrepreneurs qui exportent, il met en relation des opérateurs algériens et étrangers, participe à l'organisation d'événements commerciaux et de journées d'affaires dans le pays ou à l'extérieur⁴. Mais le MAE n'a pas le monopole de l'action économique extérieure (Bousselham, 2005) puisque depuis longtemps, les ministères techniques ; les institutions concernées par le commerce extérieur (Chambre de commerce, Société algérienne des foires et expositions..) ; et la société civile, ont tous, des relations avec l'extérieur et leurs partenaires. Se sont autant d'organismes (para-) étatiques et non étatiques, qui ont été créés pour promouvoir les exportations algériennes et hisser les échanges commerciaux avec les partenaires étrangers. Ainsi, on relève que pour renforcer sa présence économique en ASS, l'Algérie exerce une DE tant au niveau régional que bilatéral.

3.1. De la diplomatie économique régionale

Le niveau régional est d'une grande importance dans l'ingénierie de la DE algérienne envers les pays d'ASS. La présence diplomatique de l'Algérie en ASS peut être ainsi discutée au niveau régional à travers la participation aux principales organisations, à savoir : le NEPAD, l'OPEP et la volonté entre autres de rejoindre les groupements économiques

⁴ Décret présidentiel n°17-262 du 04/10/2017 portant organisation de l'administration centrale du MAE (JORA n°57 du 12/10/2017).

régionaux. C'est en 2003, deux ans après l'adoption du NEPAD par l'UA que la stratégie africaine de la DE algérienne voit le jour. Le NEPAD fut en effet l'une des manifestations les plus importantes de l'activité de la DE algérienne en Afrique dont elle était un membre fondateur. Parmi les grands objectifs du NEPAD se trouve l'intégration du continent africain dans l'économie globale, c'est-à-dire une vision tout à fait différente de la mondialisation que celle développée par l'Algérie jusque dans les années 1990. Il ne s'agit plus de défendre la souveraineté économique des Etats, ou de réduire les inégalités Nord-Sud, mais surtout de promouvoir un climat favorable aux investissements privés et étrangers (Mouity, 2013). Dans ce sens, l'implication de secteur privé dans la conquête de l'ASS semble intéresser la DE algérienne mais tout en l'inscrivant dans le cadre des orientations du NEPAD. L'Algérie s'emploie-elle aussi souvent à devenir un acteur économique important de l'OPEP⁵. L'accord historique du 28 septembre 2016 pour la réunion de l'OPEP en Algérie concernant la réduction de sa production de pétrole en vue de restaurer le marché du pétrole, est ainsi édifiant.

L'ambition régionale de l'Algérie s'est aussi traduite par la volonté pour l'Algérie d'adhérer aux groupements régionaux et de renforcer ses liens avec ces derniers. L'ancien ministre des Affaires étrangères R. Lamamra a souligné à l'occasion du premier Forum Africain d'Investissement et d'Affaires (FAIA) à Alger (ANDI, 2016), la question de l'intégration économique africaine, en mettant l'accent sur la nécessité de promouvoir les liens économiques de l'Algérie avec divers groupes économiques du continent à l'instar de la Communauté économique de l'Afrique de l'Ouest(CEDEAO)⁶ et le Marché commun de l'Afrique orientale et australe, qui ont confirmé qu'il n'y avait aucune raison pour que l'Algérie ne puisse pas y adhérer.

3.2. De la diplomatie économique bilatérale

L'Algérie n'est pas seulement un promoteur de développement en Afrique en étant un membre fondateur de l'OUA ou de NEPAD, mais elle s'est aussi voulu un précurseur de la paix et de solidarité en Afrique en intervenant dans des conflits africains comme médiateur dans le maintien de la paix (à l'instar du conflit Ethiopie-Erétie). En outre, l'Algérie efface depuis 2010 les dettes de quatorze Etats membres de l'UA pour un montant estimé à 902 millions dollars, et ceci dans le cadre de la solidarité avec les pays du continent rencontrant des difficultés économiques (Bénin, Burkina Faso, Congo, Éthiopie, Guinée, Guinée-Bissau, Mauritanie, Mali, Mozambique, Niger, Sao Tomé-et-Principe, Niger, Sénégal et Tanzanie) (Arbani, 2013).

La diplomatie algérienne s'inscrit souvent dans la politique de développement global du pays. Il s'agit de promouvoir le commerce, d'accompagner les entreprises à l'international et de signer des partenariats. C'est cette orientation que semble prendre le ministre des affaires étrangères, cette dernière décennie, suite notamment à l'indisponibilité du président sur la scène internationale et régional (aucune visite n'a été d'ailleurs effectuée en ASS) : l'organisation de FAIA (2016) et de la conférence-exposition sur la promotion des échanges interafricains(2021) est un exemple concluant. Le FAIA fait ainsi partie des cadres modernes

⁵L'OPEP comprend cinq pays africains dont l'Algérie (Angola, Gabon, Libye, Nigéria et Guinée équatoriale rejoignant l'OPEP en 2017).

⁶ Les membres de CEDEAO sont : Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Liberia, Mali, Niger, Nigéria, Sénégal, Sierra Leone, Togo Cap-Vert.

de la DE algérienne, puisqu'il serait un outil efficace pour faire avancer la DE en introduisant des opportunités d'investissement en ASS pour les entrepreneurs algériens et pour leurs homologues africains en Algérie. Ce forum devait être, selon R. Lamamra (ANDI, 2016), une opportunité pour l'Algérie de s'installer en ASS et de bénéficier de divers avantages de continent.

On peut observer que depuis le début des années 1970, l'Algérie n'a pas lésiné sur la promotion de son produit sur les marchés d'ASS et la prospection de nouveaux marchés. Quoique la foire d'Alger, la première foire panafricaine à Nairobi(1972), la constitution de commissions mixtes se sont certes soldés par la signature de nombreux accords commerciaux avec le Mali, le Niger et les pays de la CEDEAO, mais il n'en demeure pas moins ces accords obsolètes ne sont pas activés jusqu'aujourd'hui. Selon de nombreux observateurs, ils devraient être revus, actualisés et réajustés pour garantir et protéger les intérêts nationaux par la mise en place de mécanismes avec ces pays.

Les grands projets d'investissement algériens auront, par ailleurs, un rôle important à jouer dans le cadre de conquête des marchés d'ASS par les opérateurs économiques algériens, notamment, là où ces projets avaient eu lieu. Parmi les principaux grands projets : la route subsaharienne (Algérie-Lagos-Niger), entamée en 1971 devant permettre d'encourager les échanges interafricains; le gazoduc reliant le Nigeria à l'Europe en passant par l'Algérie, et le projet des fibres optique Algérie-Abuja(en cours), et entre autres projets d'investissements privé. Toujours est-il que certaines entreprises pratiquent de la DE, non en ayant de représentants diplomatiques, mais en investissant à l'étranger ou en nouant des partenariats avec des partenaires subsahariens en vue de promouvoir le produit algérien et exporter HH. Bien que l'Algérie essaie souvent de se donner les moyens de mettre en œuvre sa politique africaine, à travers un dispositif fonctionnel et modulable selon les évolutions-changements périodiques qui affectent sa politique globale comme le suggèrent d'ailleurs les conceptions classiques des relations internationales privilégiant toujours le cadre institutionnel au détriment des autres acteurs, elle s'appuie aussi sur certains de ces autres acteurs, à l'instar de la confrérie Tidjaniya pour tisser des liens et consolider ses relations avec les pays subsahariens et de fait gagner de nouveaux débouchés. A ce titre, l'Algérie s'emploie souvent à raviver le pèlerinage d'Aïn Mâdi (lieu de naissance du fondateur de la Tidjaniya) dans la région de Laghouat (Sambe, 2010, 843-854). L'intérêt porté au soufisme reprend en force depuis l'arrivée au pouvoir d'A. Bouteflika en avril 1999. L'Algérie s'emploie vivement à renforcer l'emprise de son réseau Tidjane en ASS qui se situe désormais au cœur des préoccupations politiques et diplomatiques des autorités algériennes. A partir des années 2000, de nombreuses mosquées et zawiyas vont être construites.

En conclusion des développements précédents, certes, l'africanité de l'Algérie semblait être affirmée. Mais était-elle portée par un vrai projet économique ? Les entrepreneurs algériens sont-ils prêts à accompagner cette dynamique d'une aventure africaine de la DE algérienne ?

4. Du positionnement économique de l'Algérie en Afrique subsaharienne

4.1. L'entreprise, un véritable relais de la diplomatie économique raté

En ayant comme tâches permanentes la défense des intérêts nationaux et la promotion de l'image de l'Algérie à l'étranger, l'outil diplomatique algérien tend à être au cœur de la stratégie de développement du pays. L'échange d'informations et le rôle de relais que constituent les représentations diplomatiques en ASS peuvent être ainsi un levier essentiel pour la promotion des échanges et des investissements. L'Algérie semble s'employer, notamment ces dernières années à faire de ses entreprises nationales un véritable acteur de sa diplomatie en ASS en les faisant participer aux visites et délégations officielles et aux commissions mixtes, dans leur quête des débouchés dans cette zone. Traduisant la ferme volonté de la diplomatie algérienne de ne plus se limiter à sa seule dimension politique mais de contribuer aussi, via notamment son secteur privé, à la présence économique et commerciale de l'Algérie en ASS. Cependant, force est d'admettre qu'à ce stade l'on ne peut pas parler d'une diplomatie d'entreprise et ce pour plusieurs raisons : les entreprises ne s'inscrivent pas dans une logique de stratégie de pénétration des marchés extérieurs, l'absence de vision à l'exportation ou à l'investissement se manifestant souvent dans la réticence des entrepreneurs à prendre le risque d'aller chercher des marchés en ASS tant que le marché algérien ne leur paraît toujours pas saturé et toujours prometteur; Il est à noter aussi l'absence chez de nombreux exportateurs d'une continuité dans l'effort d'exportation; l'accès limité des entrepreneurs aux aides diplomatiques étatiques est décelable à moins d'être un chef d'entreprise très proche du pouvoir ou d'une personnalité politique ; certaines entreprises et institutions algériennes disposent de compétences pour se passer des services des représentations diplomatiques et consulaires⁷. Ce qui n'est pas de nature à assurer l'harmonie, la protection et la promotion des relations économiques et financières du pays à l'échelle internationale. Or, la mutualisation des moyens et des efforts nationaux est une garantie supplémentaire pour garantir la sécurité des intérêts économiques et de diminuer les charges. Ainsi, au lieu d'être un relais de la croissance et un promoteur de la DE étatique en ASS, à l'instar des entreprises chinoises ou turques qui jouent souvent le rôle d'acteur d'influence en Afrique, le secteur privé algérien se cantonne à tirer profit de la rente et des subventions étatiques.

4.2. Des répercussions économiques de la diplomatie algérienne en Afrique Subsaharienne

L'absence du contrôle et du suivi des actions de promotion des exportations HH et des investissements et l'ambiguïté de la relation entre les actions de la diplomatie et l'évolution des activités économiques a toujours constitué un obstacle à l'évaluation de l'efficacité de la DE algérienne.

En termes des réalisations, on relève qu'en dépit de l'arsenal diplomatique qui a été déployé, les ambitions algériennes en ASS sont loin d'être un succès puisque l'Algérie n'est, pour ainsi dire, pas présente économiquement en ASS. Les investissements algériens n'y figurent quasiment pas. L'investissement algérien en ASS, même dans le secteur de l'énergie là où une expérience semble avoir été capitalisée, n'y ont pas été exploités⁸.

⁷ Lors de nos entretiens avec de nombreux ex-diplomates et dirigeants d'entreprises, ils évoquent à chaque fois les facteurs obstacles qui font que les entreprises sont réticentes à exporter ou à investir en ASS (éloignement géographique, spécificités de ces marchés..).

⁸ En dépit de positionnement de l'entreprise publique SONATRACH avec sa filiale SIPEX(SONATRACH International Petroleum Exploration & Production) créée 1999, qui a acquis des blocs en en Mauritanie et Mali

Qui plus est, les projections d'investissements de quelques entreprises leaders de secteur privé⁹ se limitent souvent aux déclarations et sans concrétisation et ne se traduisent pas encore par une augmentation des échanges avec l'ASS, car les entrepreneurs algériens n'ont pas souvent une vision globale intégrant leurs actions d'internationalisation dans le cadre de division régionale de travail. Ils méconnaissent les marchés d'ASS et se limitent souvent à participer aux foires et expositions plutôt qu'à mener des initiatives individuelles à l'exportation et à l'investissement. Ils ne sont pas encore pleinement conscient des opportunités économiques que représente l'ASS dont on ne constate pas un dynamisme similaire à celui qui se joue dans d'autres pays qui convoitent l'ASS, à l'instar de la Turquie dont le secteur privé et son organisation Tuskon étant plus souvent impliquée dans les visites d'Etat. En sus, sur le plan institutionnel, les exportateurs algériens reprochent¹⁰ souvent aux représentations diplomatiques de ne pas les soutenir dans leur quête des marchés. Pour certains entrepreneurs, toutes les ambassades n'ont pas de sections économiques et posent souvent le rôle attribué à ces missions. Le cadre réglementaire régissant l'accompagnement financier y est aussi quasi absent. Aucune banque publique n'est recensée en dehors du territoire algérien. De plus, la possibilité d'investir à l'étranger reste souvent subordonnée à une autorisation de la Banque d'Algérie. Pendant des années, des entrepreneurs (Cevital, NCA..), se sont plaints de ces entraves qui empêchent, selon eux, l'Algérie d'accéder aux marchés subsahariens (IRIS, interdit d'ouvrir un bureau de liaison à l'étranger). Alors qu'ils sont très compétitifs dans certains segments (électronique et électromécanique, téléphonie, agroalimentaire, BTPH, textile, transport, pharmacie..) dans lesquels ils peuvent faire la différence et être des leaders en ASS.

Le volume des échanges économiques entre l'Algérie et l'ASS n'ont pas progressé presque sur toute la période 2000-2020. L'ASS demeure un partenaire économique très limité pour l'Algérie représentant moins de 1 % de ses échanges. Les échanges de l'Algérie avec l'Afrique n'excèdent pas 0,4%, pour reprendre M. Ayadi, secrétaire général du comité de liaison de la route transsaharienne (Imene, 2020). Alors qu'avec l'UE il en représente plus de 61%(2013-2019)¹¹. Sur la période 2000-2020, le volume des exportations a atteint 1737millions de dollars alors que les importations 5653 millions de dollars¹². L'Algérie importe davantage depuis l'ASS qu'elle en exporte, ce qui traduit une balance commerciale

(Taoudeni) ainsi qu'au Niger (Kufra), en Libye, ses investissements en ASS sont relativement modestes, ainsi, aucun forage n'a été effectué en 12 ans au Niger, mais le contrat n'a pas été résilié pour des raisons d'influence géopolitiques dans la région du sahel (Augé, 2017, p.12). Condor electronics est aussi présent, depuis 2017, dans une dizaine de pays d'ASS (Cote d'Ivoire, Sénégal, Bénin..) pour un chiffre d'affaires à l'export de 80 millions de dollars. Il importe de noter l'absence totale d'investissement privé algérien en ASS, certes, il y a eu la tentative du Groupe Cevital de produire du Riz en Côte d'Ivoire mais le projet n'a pas vu jour depuis 2012.

⁹ On peut en citer : General Emballage, Groupes Cevital (agroalimentaire), Condor (électronique), Benamor (agroalimentaire), Knauf, SIM (semoulerie), IFRI (Eaux minérales), IRIS (téléphonie mobile), NCA, Vita Jus et Hamoud Boualem (boissons gazeuses)...

¹⁰ D'après nos entretiens réalisés (fin 2020) avec une vingtaine d'entreprises exportatrices (notamment les entreprises relevant des secteurs d'agroalimentaire et d'électronique).

¹¹ Nos calculs d'après les données de l'ONS (<https://www.ons.dz/>) (consulté le 13/08/2022).

¹² Ces chiffres calculés par nous soins d'après les données des rapports de CNIS (2015 à 2021).

déficitaire (3916 millions de dollars) pour l'Algérie sur cette période¹³. Mais force est d'admettre que les exportations HH devraient augmenter, du fait de cadre de mesures mis en place par le gouvernement algérien, ces deux dernières années, pour la promotion du commerce avec l'ASS¹⁴. Les principaux partenaires de l'Algérie durant cette période sont l'Afrique du Sud (36% du volume des échanges), la Côte d'Ivoire(24.8%), le Cameroun(17%), et le Nigeria(2.9%)¹⁵. Les principaux produits importés par l'Algérie durant cette période sont l'alimentation (Cacao, Café), les équipements agricoles et industriels, alors que les exportations restent dominées par les énergies, lubrifiants et produits bruts (soit 97% des exportations). En termes d'exportations HH, les performances de l'Algérie demeurent faibles voire insignifiantes et constituent une source de préoccupations pour le gouvernement. Le développement des exportations HH est, aujourd'hui, au cœur des débats dans un contexte de transformation structurelle et organisationnelle de l'économie algérienne et de son insertion dans l'économie mondiale. Selon les données de CNIS (2021), la valeur globale des exportations algériennes vers l'ASS, n'a guère dépassé les 164.92 millions de dollars en 2019(259.32 en 2020, 0.12% des exportations), soit à peine 0,44% de l'ensemble des exportations vers le reste du monde, toujours dominées par les exportations des dérivées d'hydrocarbures, exceptés le sucre, les dattes et le ciment(des produits à faible valeur ajoutée). Au volet des importations, la valeur des échanges avec l'ASS reste également des plus faibles, soit de quelque 195.64 millions de dollars 2020, contre 282.82 millions de dollars en 2019(une baisse de -44.56%). On observe aussi que la plupart des importations africaines de l'Algérie proviennent de l'Afrique de l'Ouest et de l'Afrique australe.

Ce qui précède permet, ainsi, d'affirmer que le capital politique dont bénéficie l'Algérie n'étant pas pour ainsi dire suivi ni par la croissance de ses exportations HH, ni par le déploiement d'entreprises algériennes en ASS. Cette dernière ne se souvient plus de l'Algérie d'autrefois qu'à travers ses sonorités politiques et diplomatiques. C'est pourquoi, le renforcement de la DE nous semble plus qu'une urgence pour renforcer la présence économique et commerciale de l'Algérie en ASS.

5. Vers une diplomatie économique au service de positionnement de l'Algérie en Afrique

L'Algérie représentant 44% du PIB Nord Africain qui ne représente en moyenne que 0,17% du PIB mondial¹⁶, est appelée à s'insérer dans le cadre de conquête de l'ASS car les avantages comparatifs de ses entreprises sont dans le continent. D'autant plus que le secteur

¹³Il est à noter que la nature et le volume des échanges entre l'Algérie et les pays d'ASS diffère d'un pays à un autre, reste modestes avec certains et dirigés principalement vers ses principaux partenaires. Il est souvent entravé par la législation algérienne contraignante et protectionniste. Ces restrictions ont notamment condamné les acteurs de négoce transfrontaliers à verser dans l'informel et la l'illégalité. L'inconvertibilité du dinar algérien oblige les opérateurs à procéder sous forme de troc et à compenser autant que possible un flux nord-sud par un flux sud-nord.

¹⁴ Ces résultats peuvent être justifiés par les actions visant la diversification des exportations et à faciliter l'accès des entreprises algériennes aux marchés d'ASS : les missions commerciales, la participation aux foires et salons d'affaires, l'organisation de caravane de l'export (la caravane Algérie-Mauritanie : 97 caravanes commerciales).

¹⁵ Il est à noter que l'Algérie à toujours une balance commerciale négative avec ces pays (Afrique du Sud(-251 millions de dollars ; Côte d'Ivoire(-168millions de dollars) ; Cameroun(-117millions de dollars), excepté le Nigeria(163million de dollars). L'Algérie ne figure pas dans les statistiques internationales concernant le commerce extérieur avec la grande proportion de ces pays. Nos calculs d'après la base des statistiques de UN Comtrade Data (<https://comtrade.un.org/>) (consulté le 04/07/2022).

¹⁶ Calculé par nous-mêmes d'après les données de la banque mondiale(2021).sup

privé algérien semble s'intéresser davantage à l'ASS qui, selon un sondage présenté au FAIA(2016), 80% des entrepreneurs algériens voulaient exporter en ASS. La DE aura, à ce titre, pour but non seulement de consolider le positionnement de l'Algérie sur les marchés subsahariens, mais également d'informer le secteur privé sur les opportunités bilatérales et régionales offertes, pour l'inciter à pénétrer leur tissu économique afin d'asseoir une visibilité accrue, et au bénéfice des intérêts du pays en ASS (Guesmia, 2019). Dans ce sens, pour dynamiser la DE algérienne, il est indispensable d'agir sur divers leviers liés à la stratégie de déploiement du commerce extérieur et d'accompagnement des entrepreneurs et ce, par veiller à fournir l'information sur les opportunités d'affaires et la réglementation de pays ciblés, à lever les obstacles institutionnels et à encourager la coordination entre les acteurs de la DE en s'ouvrant sur les autres acteurs sub-étatiques et le secteur privé en tant qu'incontournables leviers d'une nouvelle approche de la DE algérienne¹⁷.

5.1. Promouvoir et défendre « le label algérien » en privilégiant la dimension d'accès au marché

D'après nos différentes entrevues réalisées avec une vingtaine d'exportateurs, ces derniers pointent souvent du doigt l'immobilisme des représentations diplomatiques en ASS, et que, selon eux, c'est souvent les questions de sécurité et de solidarité qui préoccupent le plus les diplomates algériens en ASS, ce faisant, ils appellent à actionner les sections économiques installées au niveau des ambassades et à renforcer la dimension économique dans les visites et entretiens ministériels qui est, pour eux, fondamental pour avoir un dialogue de haut niveau avec les autorités africaines sur des problèmes réglementaires et d'accès aux marchés. D'où l'intérêt de création d'un service économique actif qui pourra explorer les opportunités économiques qui s'offrent au produit algérien et qui accompagnera les entrepreneurs(en leur facilitant l'accès (sources)à l'information) dans le cadre de leur déploiement en ASS. En effet, tout l'enjeu de l'exportation des produits algériens vers l'ASS devrait précisément consister à tirer notamment avantage de la familiarisation avec ces produits (Cevital, Condor..) forgés par la contrebande (la fraude). L'Algérie devrait profiter de cet avantage pour instaurer des réseaux réglementés, animés par des entreprises activant dans la transparence et la légalité. Il revient ainsi aux pays concernés de créer les conditions requises (la sécurité, la logistique..) pour l'exercice de cette activité. En outre, les conseillers économiques auront, à ce titre, pour mission de rassembler le maximum d'informations sur la réglementation (fiscalité, douane..), le nombre et la qualité des entreprises activant sur les marchés ciblés. En s'appuyant sur leur capital relationnel et sur leur expérience du terrain, ils peuvent collecter de bonnes informations qui sont parfois difficilement, voire non, accessibles et à forte valeur ajoutée. La veille économique assurée par des diplomates bien formés et recyclés aux techniques de veille est indispensable pour avoir un outil performant pour alimenter une banque de données mise à la disposition des acteurs économiques.

¹⁷ Notons que le concept de « nouvelle diplomatie économique » est, au premier lieu, utilisé pour souligner combien la DE a changé dans les deux dernières décennies, et en deuxième lieu, afin de mettre en contraste la diplomatie d'aujourd'hui avec le mode par lequel elle était perçue jusqu'aux processus liés à la chute du système bipolaire dans les années 1990.

Aussi, l'intégration de l'Algérie dans la zone de libre-échange continentale africaine (ZLECA) créée récemment par les pays africains, serait-elle une véritable opportunité pour l'Algérie qui cherche à diversifier ses partenaires économiques et à positionner ses produits notamment avec la levée des obstacles au commerce interafricain qui s'ensuit.

5.2. Faire des acteurs non étatiques « un levier d'une diplomatie parallèle d'influence »

Outre les acteurs institutionnels déjà cités, la DE algérienne envers ASS pourrait, par ailleurs, à l'effet de défendre le produit et l'investisseur, s'appuyer sur un autre aspect original qui s'avère tout aussi important que l'économie et la solidarité ou la religion, à savoir : la société civile. Les acteurs de la société civile (diaspora, entreprise,..) exercent, aujourd'hui, une influence croissante sur les relations internationales. De nombreux Etats associent ces acteurs dans leurs actions extérieures pour faire valoir leurs intérêts économiques et stratégiques.

Compte tenu des restrictions budgétaires que connaît l'Algérie depuis 2014, il convient de s'appuyer davantage sur la communauté algérienne en ASS capable à un moindre coût que des administratifs expatriés d'exercer des fonctions d'influence, de faire valoir des points de vue et de valoriser l'image de marque du pays¹⁸. Les algériens résidants dans les pays d'ASS connaissent mieux les traditions du pays d'accueil et maîtrisent la langue du pays (Dafir, 2015, 166). Aussi, dans ce cadre, l'Algérie gagnerait-elle à même de recruter parmi ses citoyens résidants en ASS ou de son éventail de (ex-) diplomates de grande qualité qui sont très actifs et occupent des postes élevés dans les organisations internationales et régionales (Darguzan, 2015, 31), des conseillers économiques et commerciaux au niveau de ses ambassades dans leur pays de résidence qui peuvent être autant d'expériences dont elle pourrait profiter pour promouvoir et défendre ses produits (notamment lors des opérations d'importation du fait de l'absence de transparence et du coût et lourdeur des procédures douanières, dus notamment au faible développement des moyens de la communication¹⁹) et accompagner ses entreprises nationales, qui sont en quête permanente de confiance et de protection lors qu'ils envisagent et/ou réalisent des opérations avec les pays d'ASS.

En outre, en analysant les efforts déployés au niveau de la promotion des exportations HH, l'on constate que la diplomatie algérienne tend moins à devenir le meilleur allié des entreprises privées dans leur quête des débouchés en ASS, alors qu'il fallait faire de ces dernières, notamment les entreprises qui réussissent, des véritables ambassadeurs en ASS. Le secteur privé algérien peut, à l'instar de son homologue turque, devenir une force d'influence en ASS et devenir un levier important de la DE algérienne dans la zone.

¹⁸ Il est utile de mentionner, à ce titre, l'expérience de cet algérien résidant au Sénégal que nous avons rencontré à l'occasion des portes ouvertes sur l'export, organisées conjointement par le ministère du commerce et ALGEX entre le 22-25 mars 2021. Cet algérien est arrivé même à décrocher des espaces dans des zones industrielles ouvertes juste aux algériens et un OPA dans le BTPH en s'appuyant juste sur son propre réseau relationnel. Il a envoyé une copie de cahiers des charges au MAE algérien, mais il n'y a eu aucune suite de la part de ce dernier, favorable ou défavorable, fut-elle.

¹⁹ Il est utile de citer, à titre d'exemple, le cas de dirigeant de Condor electronics qui, pour se rendre en Côte d'Ivoire pour chercher des opportunités d'investissements, faute de disponibilité des vols directs Alger-Yamoussoukro, il a dû passer par Tunis-Yamoussoukro, en passant par Bamako.

La diplomatie algérienne doit œuvrer à accompagner le secteur privé (participation aux visites officielles, conseils d'affaires..) et lui facilite la tâche de conquête de marchés subsahariens (créer des sites internet et renforcer le service de veille économique au niveau des ambassades). Ce faisant, les entreprises consolideront ainsi l'influence régionale de l'Algérie et de ce fait, son positionnement économique efficace dans la zone. Il s'agit d'une diplomatie d'entreprise qui sera à la fois au service de la diplomatie officielle et des intérêts économiques et commerciaux de l'Algérie. *Last but not least*, l'Algérie a un nombre très important d'étudiants africains, « elle a dû former, depuis 1962, au moins 30 000 cadres africains de haut niveau » (Benalia, 2016). Ces derniers pourraient être de futurs ambassadeurs de l'Algérie en ASS et un élément essentiel du rapprochement entre l'Algérie et les pays d'ASS. La promotion des relations entre l'Algérie et cette communauté estudiantine doit mobiliser, à divers stades d'intervention, l'initiative de l'ensemble des parties concernées, à savoir le gouvernement, les représentations diplomatiques, les établissements de l'enseignement supérieur, les entrepreneurs et la société civile.

5.3. De l'intelligence collective via une diplomatie économique intégrée et coordonnée

Il est utile de noter que les nouvelles approches de la DE reconnaissent que la diplomatie ne peut être compartimentée en activités économiques et politiques distinctes et que, dans la pratique, la plupart des pays trouveraient une telle séparation tout simplement irréalisable. Dans tous les Etats, la DE est un volet clé de la stratégie diplomatique et il devient donc nécessaire pour l'Algérie de développer une diplomatie intégrée ou coordonnée (Hocking, 2004, 4-7). Celle-ci implique une multiplicité d'acteurs qui s'articulent autour de réseaux d'action publique provenant de plusieurs ministères, dont le MAE, ainsi que des acteurs des secteurs privés placés aux niveaux national, régional et international (Hocking, idem).

Quoi que, théoriquement, cette diplomatie multiple qui peut être qualifiée de moderne, de globale, et de multi-niveaux semble montrer une symbiose croissante entre les activités des acteurs étatiques et non étatiques, il n'en reste pas moins que l'Etat demeure l'acteur prédominant au centre du dispositif diplomatique (Devin, 2002, 236). Le MAE est souvent l'intégrateur ou le coordinateur de la diplomatie.

Contrairement à l'Algérie qui très vite après la mort de Boumediene(en 1979), la coordination et la concertation, fondements essentiels d'une saine action extérieure ont fait place à la mise à l'écart du MAE pour toutes les questions économiques avec l'étranger. C'est en effet, c'est à dire au début des années 1980, que les divergences entre le MAE et les ministères en charge des dossiers économiques à vocation partiellement extérieure ont commencé à prendre de l'ampleur (Bousselhan, 2005, 44). La présidence de la république algérienne, au lieu de réagir en faveur de la sauvegarde des prérogatives du département de MAE en matière de coordination a plutôt laissé carte blanche aux ministères de l'énergie, des finances et du commerce pour agir, traiter et conclure des accords ou des marchés en toute autonomie, sans en référer aux affaires étrangères.

Aujourd'hui, dans le contexte d'ASS marqué par l'arrivée de nouveaux concurrents et par conséquent, l'information devenant un avantage compétitif que l'investisseur devra

exploiter efficacement, il convient de renforcer la collaboration et la coordination entre tous les acteurs de la DE algérienne dans l'optique d'une intelligence collective et de créer un réseau adéquat à l'attractivité de l'offre algérienne capable d'entraîner le développement des exportations HH dans la zone d'ASS.

6. Conclusions

• Principales conclusions de l'article

Au terme de cette étude on a constaté que le rôle de la DE en termes de promotion du commerce et de l'investissement entre l'Algérie et les pays d'ASS est loin des attentes et des objectifs fixés. On observe que la DE algérienne envers l'ASS malgré ces niveaux variables (bilatéral et régional) est actuellement infructueuse par rapport à la taille des opportunités inexploitées et des ressources disponibles. On observe que l'Algérie développe une stratégie d'exportation dans l'ASS fondamentalement fondée sur les richesses énergétiques et les produits de faible valeur ajoutée. Le secteur privé est quasi absent dans la politique de conquête des marchés subsahariens de l'Algérie.

On conclut que malgré l'inefficacité de la DE algérienne qui excelle sur les plans de la sécurité et de la solidarité alors qu'elle gagnerait à réconcilier les objectifs politiques et économiques (Carrière, 1998) en renforçant son positionnement économique dans la zone, on déduit qu'il y a beaucoup d'opportunités en ASS qui pourraient se concrétiser sur le terrain économique dans l'optique de la stratégie de développement des exportations HH de l'Algérie. Et ce en mettant à profit les atouts en termes de situation géographique; de disponibilité des ressources, d'infrastructure de base et de stabilité de flux de la production.

Par conséquent, il y a lieu de tenir compte des différents obstacles dans le continent africain à l'instar de la sécurité, la fermeture des frontières, le manque d'information et the last but not the least, cet espace fait l'objet d'une forte compétition car les intérêts de l'Algérie en ASS affrontent, aujourd'hui, à la fois des concurrents traditionnels (l'ex-colonisateur :la France), de nouvelles puissances(Chine, Turquie) et les pays voisins (le Maroc). Tout l'enjeu est de développer des produits à meilleur rapport qualité/prix (faute d'une offre diversifiée et concurrentielle, si l'on en compare au pays voisin (Maroc) ou à la Turquie entre autres)répondant aux spécificités de la demande africaine pour pouvoir ainsi affronter la concurrence des produits étrangers, mais cela passe systématiquement par une politique offensive en matière de partenariats stratégiques et d'attrait d'IDE (quand il s'agit des produits à forte valeur ajoutée qui peuvent être produit en Algérie puis les réexporter vers l'ASS) et d'exportations HH tout en étant adossée à une DE à la fois défensive et offensive avec une bonne stratégie de communication(notamment sur les entreprises algériennes qui réussissent) et une bonne maîtrise de l'information stratégique économique sur la concurrence, les potentiels et les règlements dans les marchés ciblés.

• Suggestions et recommandations

La DE algérienne devrait-elle être mise au défi de faire un saut qualitatif basée sur l'intelligence, les compétences, la formation, l'expertise. Elle devrait également changer de méthodes et de moyens mais surtout de contenus (missions) intégrant, en sus des intérêts politiques et sécuritaires d'autres intérêts vitaux comme notamment les intérêts économiques nationaux stratégiques. Une DE novatrice et active est nécessaire à la valorisation des atouts de l'Algérie en ASS, à accroître ses exportations HH et le positionnement de ses entreprises (du secteur privé notamment) dans la zone. Une telle DE tient-elle compte à la fois de l'évolution du contexte économique national, régional et international ainsi que de l'évolution des objectifs et missions de la DE. En effet, une coordination et une coopération nationale (entre tous les acteurs diplomatiques étatiques et non étatiques) est une condition *sine qua non* d'un positionnement économique efficace futur de l'Algérie, à l'image de ce qui se passe dans les autres pays réussis, développés et émergents, grands ou petits.

7. Liste Bibliographique

- **Livres**

- BALDWIN D.A. (1985) *Economic statecraft*, Princeton, Princeton University Press, 405p.
- BAYNE N., WOOLCOCK S.(2011) *What is economic diplomacy? The new economic diplomacy: decision making and negotiation in international economic relations*, Global Finance Series, London, Ashgate Publishing, 450p.
- BERGEIJK V., PETER A.G., MOONS S.J.V. (2018) *Research Handbook on Economic Diplomacy: Bilateral Relations in a Context of Geopolitical Change*, Amsterdam, The Hague and Partner at PwC, 416 p.
- BERRIDGE G.R., JAMES A.(2003) *A dictionary of diplomacy*, New York, Palgrave Macmillan, 296p.
- BOUSSELHAM A.(2005) *Regards sur la diplomatie algérienne*, Alger, Casbah éditions, 396p.
- BUCKEELY P.J., CASSON M.(1985) *The economic theory of multinational enterprise*, London, Palgrave Macmillan, 235p.
- CARRON D. G., (1998) *La diplomatie économique, le diplomate et le marché*, Paris, Economica, 221p.
- DEVIN G. (2002) *diplomaties de la politique étrangère*, in. E. CHARILLON F (dir), *Politique étrangère, nouveaux regards*, Paris, Presses des SciencesPo, 437p.
- KESSLER M.C. (1999) *La Politique étrangère de la France. Acteurs et processus*, Paris, Presses de SciencesPo, 498p.
- MOUITY P.M. (2013) *Le NEPAD, histoire, défis et bilan 10 ans après*, Paris, L'Harmattan, 340p.

- PENROSE E. (1959) *Theory of the Growth of the Firm*, New York, John Wiley & Sons, 272p.
- ROOSENS C. (2001) *Les relations internationales de 1815 à nos jours, Tome I (1815-1939)*, Louvain-la-Neuve, Academia, 284p.
- **Article du Journal**
- BADEL L. (2009) *Diplomaties en renouvellement*, Les Cahiers Irice, n°3, 2009, note 39, 5-19.
- BARANAY P. (2009) *Modern economic diplomacy*, Publications of Diplomatic Economic Club, n° 23, home page: <http://www.dec.lv>.
- DAFIR A., HAUDI K. (2014) *La diplomatie économique et l'insertion internationale de l'économie marocaine*, International Journal of Innovation and Applied Studies, Vol 6 n°4, 850-859.
- DAFIR A. (2015) *La diplomatie d'influence au service des intérêts économiques : le cas du Maroc*, Géoéconomie, (3), no 75, 159-168.
- DARGUZAN J.F. (2015) *la politique étrangère de l'Algérie : le temps de l'aventure ?*, politique étrangère, n°3, 31-42.
- DENECE É. (2011) *Diplomatie économique et compétition des États*, Géoéconomie, vol 1, n°56, 71-78.
- DUNNING J. (1981) *Explaining the International Direct Investment Position of Countries: Towards a Dynamic or Developmental Approach*. *Weltwirtschaftliches Archiv*, volume 119, 30-64.
- DUNNING J.H., HOESEL V. R., NARULA R. (1996) *explaining the new wave of outward FDI from developing countries: the case of Taiwan and Korea*, MERIT Research Memoranda, n° 009, 1-25.
- DUNNING J. (2006) *Towards a New Paradigm of Development : Implications for the Determinants of International Business*, Transnational Corporations, Vol 15, n°1, 172-227.
- GUESMIA.E, ABRIKA.B. (2019), *diplomatie économique et positionnement des entreprises nord-africaines en Afrique subsaharienne, qu'en est-il vraiment de l'Algérie ?*, Chapitre 2, harmattan.
- JOHANSSON J., MATTSSON L. (1988) *Internationalization in Industrial Systems A Network Approach*. Londres, *Strategies in Global Competition Selected Papers from the Prince Bertil Symposium*, Croom Helm, 287-314.
- JOHANSSON J., VAHLNE J. (2009) *The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership*, Journal of international business studies, Vol 40, n°9, 1411-1431.
- HOCKING B. (2004) *Changing the Terms of Trade Policy Making: From the "Club" to the "Multistakeholder" Model*. *World Trade Review*, Vol 3 (1), 3-26.
- MERIADE L. (2015) *Le rôle de l'Etat dans les stratégies d'internationalisation des entreprises chinoises ? Une approche Géoéconomique*, Management Prospective, Ed. Management & Avenir, n° 79, 51-74.

-
- OKANO HEIJMANS M. (2011) Conceptualizing economic diplomacy: The crossroads of international relations, economics, IPE and Diplomatic Studies, The Hague Journal of Diplomacy, volume 6, n° 1-2, 7-36.
 - PAJTINKA E. (2016) Economic Diplomacy and the Role of Diplomatic Missions Nowadays. Pajtinka, Gazdaság & Társadalom, journal of economy & society, volume 1, n°8, 32-43.
 - PRAHALAD C.K., HAMEL G. (1990) The Core Competence of the Corporation. Harvard Business Review, vol 90, n° 3, 79-91.
 - REVEL C. (2011) Diplomatie économiques multilatérale et influence, Géoéconomie, no56, 59-67.
 - SAMBE B. (2010) Tidjaniya : usages diplomatiques d'une confrérie soufie, Politique étrangère, vol 75, n° 4, 2010, 843-854.
 - SANER R., YIU L.(2003) International Economics Diplomacy: Mutations in Postmodern Times, Discussion Papers in Diplomacy, Netherlands Institute of International Relations, Clingendael, N°84, 1-37.
 - SIM A.B., PANDIAN R.(2003) Emerging Asian MNEs and their Internationalization Strategies : Case Studies Evidence from Taiwanese and Singaporean Firms, Asia Pacific Journal of Management, vol 20, n°1, 27-50.
 - SUN D., Zoubir Y.(2015) China's Economic Diplomacy towards the Arab Countries: challenges ahead? Journal of Contemporary China, volume 24, n° 95, 903-921.
 - TEECE D., SHUEN G.A. (1997) Dynamic Capabilities and Strategic Management, Strategic Management Journal, volume 18, n°7, 509-533.
 - **Rapports**
 - ANDI. (2016, 2018)., les dernières données disponibles, home page, <http://www.andi.dz>.
 - CNIS. (2015 ; 2016 ; 2017 ; 2018, 2020, 2021) Rapports statistiques de commerce extérieur de l'Algérie ; home page <https://www.douane.gov.dz>.
 - **Textes de lois**
 - MAE.(2017) Décret présidentiel n°17-262 du 04 octobre 2017 portant organisation de l'administration centrale du MAE , JORA n°57 du 12 octobre 2017, home page : <http://www.mae.gov.dz>.
 - MDIPI. (2016) Loi n°16-09 du 03 Aout 2016 relative à la promotion de l'investissement, JORADP n° 46 du 03 Aout 2016, home page : <https://www.mdipi.gov.dz>
 - **Sites web**
 - ARBANI A. (2013) L'Algérie annule la dette de 14 pays africains, home page, <https://www.Algérie1.com>.

- BENALIA S. (2016) L'Algérie a beaucoup fait pour l'Afrique, home page, <https://www.l'expression.dz>.
- IMENE A. (2020) Mohamed Ayadi : Les échanges économiques de l'Algérie avec l'Afrique n'excèdent pas 0,4%, home page, <https://www.algerie-eco.com>.
- ONS, <https://www.ons.dz/>(consulté le 13/08/2022).
- UN Comtrade Data (<https://comtrade.un.org/>)(consulté le 04/07/2022).