

Les exportations hors hydrocarbures *Peinent à décoller*

Les exportations hors Hydrocarbures en Algérie n'arrivent pas à se positionner sur les marchés mondiaux, malgré tous les efforts consentis par l'Etat en matière de programmes de mise à niveau des entreprises.

Ces programmes de mise à niveau sont relativement récents et n'ont touché qu'un nombre assez réduit d'entreprises (moins d'une centaine) ; de plus ils recèlent deux lacunes essentielles : ils ne comportent pas de volet spécifique à l'exportation, d'une part et d'autre part, les entreprises concernées ne s'inscrivent pas dans la logique d'exportation, mais simplement dans une perspective de préservation des parts du marché.

Pourtant, l'Algérie recèle d'énormes possibilités dans le domaine agricole, notamment en ce qui concerne les exportations vers l'Europe, en hors saisons, d'une grande variété de produits maraîchers à des prix fortement rémunérateurs. Ce gisement incommensurable de produits maraîchers hors saison à l'export doit être nécessairement exploité et développé par la mise en œuvre d'une politique agricole orientée vers l'export.

Certains produits comme l'huile d'olive, les dattes et même le poisson frais sont parvenus à s'acquérir déjà une certaine place sur les marchés européens, vu leur qualité. Il y a d'autres produits aptes à conquérir l'Europe, sous réserve de devenir compétitifs, dans un rapport qualité - prix avec les produits étrangers.

Une mise à niveau effective dans ce domaine et dans l'appui aux exportateurs doit y contribuer, notamment avec l'ouverture du marché national depuis l'année 2000 et le démantèlement progressif des protections tarifaires mis en œuvre dans le cadre de l'Accord d'association avec l'Union Européenne.

Les marchés qui paraissent à la portée des exportations algériennes sont ceux des pays du Bassin méditerranéens et de l'Afrique de l'Ouest, sous réserve de confirmation par des études de marché à entreprendre par l'Etat.

Il reste que chaque pays a des avantages comparatifs qui le favorisent pour certaines exportations : ceux de l'Algérie nous paraissent être détenus par les produits agricoles hors saison, les produits agro-alimentaires, les transformations de produits miniers et des hydrocarbures, ainsi que les services ; là également, sous réserve de confirmation par des études de marchés pour ces produits, études qui restent à entreprendre.

Il reste beaucoup à faire pour enraciner dans notre pays la culture de l'exportation, tant au niveau des entreprises qu'au sein de l'environnement économique et des banques, mais aussi et surtout au niveau des institutions publiques chargées des appuis aux entreprises et au rang desquelles figure évidemment Algex. La priorité devrait aller dans ce domaine à une meilleure coordination intersectorielle au niveau institutionnel et à un fort accompagnement par les banques et une révision de la réglementation des changes dans ce domaine. Un grand nombre de professionnels

ont soulevé le problème de la chaîne de froid, fréquemment mise en cause par les exportateurs algériens qui évoquent souvent les retards au niveau des ports, préjudiciables aux produits périssables. Pour certains, il n'existe pas de chaîne de froid, ni de transport, ni d'infrastructures portuaires et aéroportuaires capables d'assurer, selon les normes et exigences techniques édictées en la matière, la prise en charge adéquate des produits de l'agriculture et de la pêche.

Dans bien des cas, il a été constaté des ruptures dans chaîne du froid, conduisant à des détériorations de cargaisons entières de produits périssables, sans compter les pertes financières enregistrées. Plusieurs cas on été, d'ailleurs, relatés par la presse nationale.

Pour ajouter à ces lacunes, certains produits, tels les dattes algériennes sont exportées sous le label d'autres pays. Le phénomène qui ne date pas d'aujourd'hui, est dû certainement à un vide en matière de protection de produits algériens quels qu'ils soient.

En effet, la datte algérienne n'étant pas protégée par une marque ou un label déposé, celle-ci a fait l'objet convoitise par d'autres pays, exploitant là cette lacune en s'appropriant un produit typiquement algérien qui tend ainsi a devenir universel.

La réaction première et légitime des exportateurs est d'attirer l'attention des départements ministériels concernés en vue de la mise en place d'une véritable politique de défense des produits du terroir en instaurant des dispositifs de traçabilité pour chacun des produits du terroir en instaurant des dispositifs de traçabilité pour chacun des produits du terroir.

Interrogés sur les faibles performances des entreprises algériennes en matière d'exportation, des professionnels ont expliqué que "le PNDA (Programme national de développement agricole) avait pour objectif, beaucoup plus, de répondre à une demande nationale en produits agricoles plutôt que d'encourager les exportations".

Selon eux, l'objectif fixé de deux milliards de dollars d'exportations hors hydrocarbures comme celui de trois milliards de dollars qui est avancé actuellement n'est pas utopique, au regard des richesses naturelles agricoles et minières, comme au regard du tissu industriel installé en Algérie. Mais, précisent-ils, "l'économie algérienne a toujours, et jusqu'à tout récemment, été conçue autour de la logique de satisfaction de la consommation nationale", accompagnée d'une forte protection contre l'importation de produits étrangers ; le résultat aujourd'hui est que "la plupart de nos productions ne sont pas concurrentielles et la majorité de nos entreprises ne sont pas compétitives, car coupées des standards internationaux de concurrence et de qualité", ont-il déclaré.

Le Fonds de promotion des exportations, réformé en 2007

Le Fonds spécial de promotion des exportations (FSPE) a été réformé dans le cadre de la loi de Finances complémentaire pour 2007 en vue de revoir les formes de soutien aux exportateurs, a indiqué dimanche le PDG de l'Agence algérienne de promotion des exportations (Algex), M. Mohamed Bennini.

Le FSPE va devoir apporter un soutien plus en amont pour que l'entreprise se mette à niveau sur le volet de l'exportation, s'organise de l'intérieur et puisse se doter d'une structure de marketing, a expliqué M. Bennini.

Il est prévu également que le Fonds prenne en charge la participation à des missions commerciales à l'étranger, outre les foires internationales, ainsi que la certification à l'exportation, a-t-il ajouté.

Le Fonds soutient, depuis une dizaine d'années, les exportateurs qui se placent résolument sur le marché international et qui participent aux foires à l'étranger, a-t-il souligné.

Tout exportateur bénéficie de 25% de contribution au coût du transport et entre 35 et 65% des frais de participation aux foires à l'étranger, a rappelé ce responsable.

Dans le cadre de la stratégie industrielle, le renforcement du Fonds a été proposé ainsi que d'autres mesures d'accompagnement des entreprises à potentiel d'exportation hors hydrocarbures.

Les aides financières du Fonds n'ont pas conduit à un accroissement substantiel des exportations hors hydrocarbures alors que la loi avait prévu la couverture, même partielle, de nombreuses autres charges.

Au nombre de ces charges, figurent notamment celles relatives aux études et prospection des marchés extérieurs, à l'information des exportateurs sur les marchés, au coût de transport international et de manutention et aux coûts liés à l'adaptation des produits aux marchés extérieurs.

Les exportations algériennes hors hydrocarbures ne représentent que 2% de l'ensemble des exportations.

Le FSPE a été créé en vertu de la loi de finances pour 1996 en vue d'apporter un soutien financier aux actions de promotion des exportations hors hydrocarbures.

Les exportations de l'Algérie toujours dominées par les hydrocarbures

L'Algérie a dégagé durant les dix premiers mois de l'année 2007, un excédent commercial de 23,96 milliards de dollars, en baisse de 17,41% par rapport à la même période de 2006.

Selon les Douanes nationales, ce résultat est le fruit des exportations qui ont diminué de -0,95% en passant de 46,72 milliards de dollars (mds USD) à 46,28 mds USD, tandis que les importations ont augmenté de 26,04% passant ainsi de 17,70 mds USD à 22,31 mds USD.

De janvier à octobre derniers, les exportations d'hydrocarbures ont continué de représenter l'essentiel des ventes de l'Algérie à l'étranger avec 97,76% du volume global (45,24 mds USD) malgré un léger repli -1,11%. Quant aux exportations hors hydrocarbures, elles demeurent faibles avec seulement 2,24% du volume global des exportations et une valeur de 1,04 milliard de dollars.

Les principaux produits hors hydrocarbures exportés au cours des dix premiers mois 2007 sont constitués notamment par le groupe "demi-produits" qui représente une part de 1,68 % du total des exportations de l'Algérie, soit l'équivalent de 778 millions USD. Il est suivi du groupe "produits bruts" avec une part de 0,28% et 128 millions USD, et du groupe "biens alimentaires" (0,15%, 70 millions USD), les "biens d'équipements industriels" avec une part de 0,08% soit 30 millions USD et enfin les biens de consommation une part de 0,05 % (25 millions de dollars).

Pour les importations par groupes de produits, une hausse pour l'ensemble des groupes de produits a été, enregistrée. En effet, les importations du groupe des biens d'équipements industriels", qui représentent 36,05% du total des importations, sont passées de 7,12 mds USD à 8,04 mds USD durant les périodes considérées, soit un accroissement de 12,88%.

Les hausses ont aussi touché les demi-produits avec 40,37% pour totaliser un montant de 5,66 mds USD, les biens alimentaires (25,81%) soit 3,90 mds USD, les biens de consommation non alimentaires avec 34,98% pour une somme de 3,30 mds USD.

La répartition des importations par mode de financement montre une nette prédominance du cash, qui reste le mode le plus utilisé avec près 82% du total des importations. Le plus gros de ce qui reste des importations a été financé notamment par le biais de lignes de crédit, alors que le recours aux comptes devises propres n'a représenté que près de 3%.

De janvier à octobre derniers, les principaux clients de l'Algérie étaient les Etats-Unis d'Amérique, l'Italie, l'Espagne, la France, le Canada, les Pays-Bas et la Turquie. Quant aux principaux fournisseurs, la première place est revenue à la France, suivie de l'Italie, la Chine, les Etats-Unis d'Amérique et l'Allemagne.

La répartition par régions économiques montre que c'est avec les pays de l'OCDE que les échanges commerciaux de l'Algérie sont les plus importants et plus particulièrement avec les pays de l'Union Européenne qui restent toujours les

principaux partenaires de l'Algérie, avec les proportions respectives de 52,20% des importations et de 52,79% des exportations au cours des neuf premiers mois 2007.

Par rapport à la même période 2006, les importations en provenance de l'UE ont enregistré une hausse de l'ordre de 16,83% passant de 8,88 mds USD à 10,37 mds USD. Par contre les exportations de l'Algérie vers ces pays ont légèrement progressé de 0,22% pour atteignent un montant de 49 mds USD.

A l'intérieur de cette région économique, on peut relever que le principal client de l'Algérie est l'Italie qui absorbe près de 15% de nos ventes à l'étranger, suivie par l'Espagne (10,90%) et la France (7,89%).

Pour les principaux fournisseurs, la France occupe toujours le premier rang avec plus de 18,07%, suivie par l'Italie et par l'Allemagne avec les proportions respectives de 7,96% et 6,49% dans les importations de l'Algérie au courant de ces neuf premiers mois 2007.

Les pays de l'OCDE (hors UE) viennent en deuxième position avec une part de 19,42% des importations de l'Algérie en provenance de ces pays et de 37,72% des exportations de l'Algérie vers ces pays.

Par rapport aux neuf premiers mois de l'année dernière, il y a lieu de signaler une augmentation appréciable des importations réalisées avec ces pays de l'OCDE (hors UE), passant de 2,71 mds USD à 3,86 mds USD, soit près de 43% en valeur relative, alors que les exportations de l'Algérie en provenance de ces pays ont enregistré une légère augmentation de l'ordre de 0,07%, soit l'équivalent de 11 millions USD en valeur absolue.

A noter que l'essentiel des échanges commerciaux de l'Algérie avec ces pays est réalisée avec les U.S.A, suivis par la Turquie avec les taux respectifs de 7,19% et 3,44% pour les importations en provenance de ces pays et de 26,03% et 3,48% pour les exportations vers ces pays.

Les échanges commerciaux entre l'Algérie et les autres régions restent toujours marqués par de faibles proportions. Le volume global des échanges avec les "Autres pays d'Europe", (hors UE et OCDE) affiche une progression de leur part du marché passant de 587 millions USD à 791 millions USD. Les pays de "l'Amérique du Sud" affichent aussi une augmentation de 4,51 % passant de 2,91 mds USD à 3,04 mds USD. Le volume des échanges avec les pays du Maghreb (U.M.A) a enregistré une augmentation en passant de 552 millions USD à 677 millions USD. Les pays arabes (hors U.M.A) quant à eux, ont enregistré une hausse, puisque le volume global des échanges commerciaux avec ces pays est passé de 864 millions USD à 1040 millions USD, soit une augmentation de 20,37% .

M. El Hachemi