

Les freins d'internationalisation des entreprises en Algérie : cas des entreprises de la région de Bejaia

MEHDI-AMZAL Fouzia^{1,*}, BOUKHEZER-HAMMICHE Nacira²

¹ Laboratoire d'Economie et Développement à l'Université Abderrahmane Mira- Bejaia (Algérie)

² Laboratoire d'Economie et Développement à l'Université Abderrahmane Mira- Bejaia (Algérie)

Résumé : L'activité d'internationalisation représente l'une des alternatives de croissance pour les entreprises et une source de développement économique des nations. En l'Algérie, dire qu'il existe un potentiel d'entreprises se lançant dans la pratique du développement à l'échelle internationale, signifie que les exportations, notamment hors hydrocarbures, pourraient croître assez rapidement, si seulement un certain nombre d'obstacles devait être levés. L'objet de cette communication est d'essayer d'identifier quels sont les freins ayant entravés l'activité d'internationalisation des entreprises en Algérie afin de déterminer les leviers de développement de celles-ci à l'international. Pour se faire nous allons présenter d'abord une revue de littérature sur l'activité d'internationalisation des entreprises. Puis, faire un état des lieux sur les ventes algériennes à l'échelle internationale. Enfin, présenter les résultats de notre étude empirique.

Mots clés : Internationalisation ; entreprises ; exportation.

Codes de classification Jel : F23 ; P31 ; P45

الملخص

تمثل أعمال التدويل أحد بدائل النمو للشركات ومصدراً للتنمية الاقتصادية للدول. في الجزائر، يعني القول بأن هناك إمكانية لشركات تمارس ممارسة التنمية الدولية، يعني أن الصادرات، لا سيما المواد غير الهيدروكربونية، يمكن أن تنمو بسرعة كبيرة، إذا كان هناك عدد معين فقط من العقبات كان لا بد من رفعها. الغرض من هذه الورقة هو محاولة تحديد العقبات التي أعاقَت نشاط تدويل الشركات في الجزائر من أجل تحديد وسائل تنميتها الدولية. للقيام بذلك، سنقدم أولاً مراجعة الأدبيات حول نشاط تدويل الأعمال. ثم، قم بتقييم المبيعات الجزائرية دولياً. أخيراً، قدم نتائج دراستنا التجريبية

* Mehdi-Amzal Fouzia, e-mail : fouzia.am@hotmail.com

I- Introduction :

Le changement rapide et la complexité de l'environnement international exercent des pressions considérables sur l'ensemble des entreprises et particulièrement celles à faible dimension humaine. Ainsi, le développement international exige de l'entreprise une bonne connaissance du marché ciblé¹, la mise sur le marché d'un produit distinctif et une meilleure efficacité de son processus de production,...etc, pour pouvoir s'y introduire et s'y maintenir. Cependant, la qualité de gestion des centres de prises de décisions dans l'entreprise, le type de l'entreprises, le marché couvert, la stratégie poursuivie par chaque entité, le dynamisme du marché national, le nombre et la force des intermédiaires entre les entreprises nationales et étrangères et l'importance du soutien et de promotion du milieu économique et des pouvoirs publics, sont autant de facteurs influant directement l'implication internationale des entreprises.

Afin de surmonter ces défis, il est demandé aux entreprises de développer l'activité de l'innovation et d'assurer une certaine veille technologique, et de prévenir d'une manière attentive les attentes des clients. En effet, le recours aux nouvelles technologies de l'information et de communication « NTIC » permet aux entreprises, qui se lancent dans le processus d'internationalisation, de consolider leur présence sur les marchés extérieurs. Par ailleurs, il ressort que le processus d'internationalisation s'avère de plus en plus complexe pour la plupart des entreprises, du fait des multiples difficultés auxquelles elles sont confrontées.

Les entreprises algériennes, n'ont pas été à l'écart de ce processus, et ont été influencées par l'ensemble des répercussions de la mondialisation, notamment les entreprises ayant lancées un programme de développement à l'échelle internationale. En effet, la période allant de l'indépendance jusqu'à la fin des années 80, a connu une la construction du marché algérien en appliquant un modèle socialiste de développement basé sur le protectionnisme, et la prédominance de l'Etat. Le choc pétrolier de 1986, a mis à nu les dysfonctionnements de ce système, et a provoqué le passage à un modèle de développement basé sur l'économie de marché et la libéralisation.

Il est évident que, l'une des voies de croissance économique et notamment du développement durable pour l'Algérie, reste l'extension et la diversité de son réseaux d'entreprises, de toutes dimensions humaines, exerçant dans différents secteurs notamment hors des hydrocarbures, et ayant pour activité principale l'exportation de leurs produits à l'étranger. Cela leur permettra de se procurer de nouvelles parts de marché, d'améliorer leur compétitivité en particulier sur le plan international, et ainsi de soutenir leur croissance économique sur le long terme. C'est dans cet objectif que s'inscrivent les mesures visant à promouvoir les exportations hors hydrocarbures, à améliorer l'environnement général de l'entreprise et le rendre moins contraignant.

Or, en dépit des potentialités existantes et de l'ensemble des efforts déployés par les autorités algériennes vis-à-vis la promotion et l'accompagnement des entreprises et à l'amélioration des performances du commerce extérieur, les entreprises algériennes n'arrivent pas à se développer davantage sur les marchés étrangers. Il est à noter que leur internationalisation se limite la seule activité d'exportation. En effet, selon les données du ministère du commerce, le nombre d'entreprises exportatrices, à fin 2017, se compte au nombre de 1 751 unités CNRC (2017).

Dire qu'il existe un potentiel d'entreprises se lançant dans la pratique de l'activité d'internationalisation, signifie que les exportations algériennes, notamment hors hydrocarbures, pourraient croître assez rapidement, si un certain nombre d'obstacles devaient être levés. La faiblesse dont souffrent les entreprises algériennes vis-à-vis du développement à l'international fera l'objet du présent papier. Sur la base d'une étude empirique en utilisant une modélisation logistique, nous allons traiter dans ce travail les principaux freins liés à l'activité d'internationalisation des entreprises algériennes.

¹ Notamment en termes de langues étrangères, des traditions et coutumes des pays d'accueil,...etc.

Afin de répondre à cette problématique, nous allons analyser le cadre théorique de l'activité d'internationalisation des entreprises et cela à travers une présentation d'une revue de littérature. Puis, faire un état des lieux sur les ventes algériennes au niveau international et plus précisément les exportations hors hydrocarbures. En dernier, nous allons présenter notre étude empirique réalisée à l'aide de la modélisation logistique binaire.

I.1. Cadre théorique : revue de littérature

Les études de Johanson & Vahlne (1977) et celles de Johanson & Wiedersheim (1975) furent les études premières à traiter le processus de l'internationalisation de l'entreprise par les ressources et les compétences. Ils distinguent dans ce sens, trois approches théoriques à savoir : l'approche par étapes, l'approche économique et l'approche par réseau. D'abord, l'approche par les étapes s'inscrit dans le cadre de l'école de pensée comportementale et décrit le processus de l'internationalisation sous forme d'un système linéaire et séquentiel, contenant un ensemble d'étapes, appelé *chaîne d'établissement*² (Laghzaoui.S, (2006)). En outre, la majorité des auteurs de ce courant s'accordent sur l'idée que le mécanisme d'internationalisation par des étapes se réalise sur la base de deux principaux modèles complémentaires à savoir : le modèle d'Uppsala ou « U-modèle » et le modèle d'innovation ou « I-modèle ». Ces deux modèles sont basés sur deux notions essentielles qui sont le processus d'apprentissage et la distance psychologique (Rogers (1962), Bilkey & Tesar, (1977) ; Cavusgil (1980) ; Cinzkota (1982) et Reid (1981)).

Cependant, l'approche économique repose sur le principe que l'activité d'exportation permet la création d'une base solide en termes de ressources (telles que les ressources financières, intellectuelles et de connaissances) d'une manière à réduire les coûts des transactions. Elle est initiée par les travaux de Penrose (1959), qui considère que l'indivisibilité des ressources productives représente un élément déterminant leur sous-utilisation dans le temps par l'entreprise. Dans le même ordre d'idées, la capacité à mobiliser et à coordonner ses ressources et ses compétences clés (stratégique, opérationnelles et techniques) représente un avantage concurrentiel pour l'entreprise (Amis & Schoemaker (1993), Prahalad & Hamel (1990)³.

De nombreuses théories ont été développées et ayant pour le principal objet de déterminer les principaux facteurs d'internationalisation des entreprises. D'ailleurs, R. Vernon (1966) qui considère que l'internationalisation est une continuité du développement de l'entreprise, entre autres une solution aux débouchés des produits qui sont en phase de maturité dans le pays d'origine. Puis, Les approches de Macrae (1972), Hirsch et Lemaire (2003) prennent en compte les économies d'échelle comme un facteur déterminant de l'internationalisation et aussi la réduction des risques pour contrer la concurrence. Mucchielli (1998), Michalet (1973) se fondent sur les avantages dont dispose la firme et ceux des pays.

Pour De Leernsyder (1986) l'accès aux marchés est le déterminant principal de l'internationalisation de l'entreprise. Knickerbacker (1973) et Schumpeter avancent la thèse d'imitation entre les entreprises dans leur engagement à l'échelle internationale.

Quant à Rugman (1996), il pense que l'internationalisation est une extension normale au développement des entreprises. Le tableau suivant récapitule les différents déterminants de l'internationalisation des entreprises :

³ Orser.B, Spence.M, Ridig.A Et Carrington.C, « Canadian SME Exporters », Industrie Canada.

Tableau (1) : Les déterminants de l'internationalisation des entreprises

Les approches théoriques des auteurs	Les déterminants de l'internationalisation de l'entreprise
L'approche de R. Vernon	le cycle de vie du produit
L'approche de J.L. Mucchielli	-la localisation des ressources naturelles -les économies d'échelle -la concurrence
L'approche de Schumpeter	l'imitation entre les entreprises
L'approche de N. Macrae	-les économies d'échelle -l'assurance contre les risques
L'approche de Knickerbocker	-l'imitation entre les entreprises -la stabilité politique
L'approche de S. Hirsch	les économies d'échelle
L'approche de C.A. Michalet	-les avantages technologiques -les économies d'échelle -les disparités nationales
L'approche de Johanson et Vahlne	-l'expérience internationale des entreprises -la connaissance des marchés
L'approche d'A.M. Rugman	-une extension du développement de l'entreprise -les interventions gouvernementales
L'approche de J.M. De Leensyder	-la concurrence -la réduction des coûts -la saturation du marché local -l'accès aux marchés
L'approche de J.P. Lemaire	-la concurrence -les économies d'échelle -la réduction des coûts -la recherche de nouveaux débouchés
L'approche de H. Perlmutter	les profils organisationnels de l'entreprise
L'approche de S. Hymer	-la concurrence -les avantages stratégiques -les imperfections du marché
L'approche de C.P. Kindeberger	-les économies d'échelle -les imperfections du marché -les interventions gouvernementales
L'approche de J.H. Dunning	-l'avance technologique -la taille -les économies d'échelle -la multinationalisation antérieure
L'approche d'Oviatt et McDougall	-les ressources et les compétences de l'entreprise -la formation organisationnelle -l'avantage de localisation à l'étranger

Source : Réalisé par l'auteur, 2015.

I. 2. La présentation des ventes algériennes à l'échelle internationale :

Après avoir présenté cette revue de littérature, nous allons faire un constat global sur le nombre d'entreprises internationalisées en Algérie. Il faut souligner que cette stratégie se fait par le biais de l'exportation, du fait de la réglementation contrôlant de manière très stricte les mouvements de capitaux vers l'étranger. Nous allons nous intéresser de plus près aux exportations hors hydrocarbures, pour dresser un état des lieux pour identifier le potentiel d'internationalisation des entreprises algériennes.

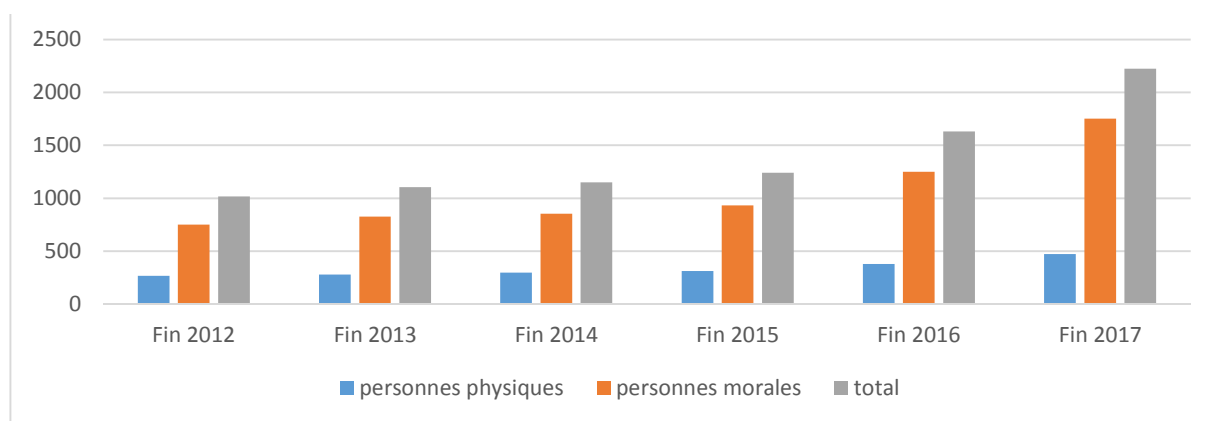
I.2.1. Le constat

La libéralisation commerciale, entamée au début des années 1990 en Algérie, devait avoir un impact positif sur la diversification des exportations et sur l'intégration des entreprises algériennes dans les échanges commerciaux internationaux. Cependant, après plus de deux décennies, les exportations hors hydrocarbures demeurent toujours marginales avec une valeur de 1,89 milliards de dollars soit 5,46% du total des exportations de l'Algérie (CNIS, 2017).

Malgré la dominance des hydrocarbures dans la structure des exportations algériennes, on observe un nombre non négligeable d'entreprises algériennes, opérant dans des secteurs d'activité divers (agroalimentaire, chimie, services), qui exportent et qui enregistrent des niveaux de performances sur les marchés extérieurs, en dépit de toutes les difficultés qu'elles rencontrent. Dans ce cadre, selon les données du ministère du commerce, en fin d'année 2017, un nombre de 2 223 opérateurs économiques (472 sont des personnes physiques et 1 751 sont des personnes morales) présentent leurs produits sur les marchés internationaux.

D'ailleurs, le nombre d'entreprises qui se sont engagées dans l'internationalisation par l'activité de l'exportation, a connu une évolution remarquable entre 2012 et 2017, passant de 1 018 à 2 223 opérateurs, soit une évolution de +30% en cinq ans comme l'illustre cette figure :

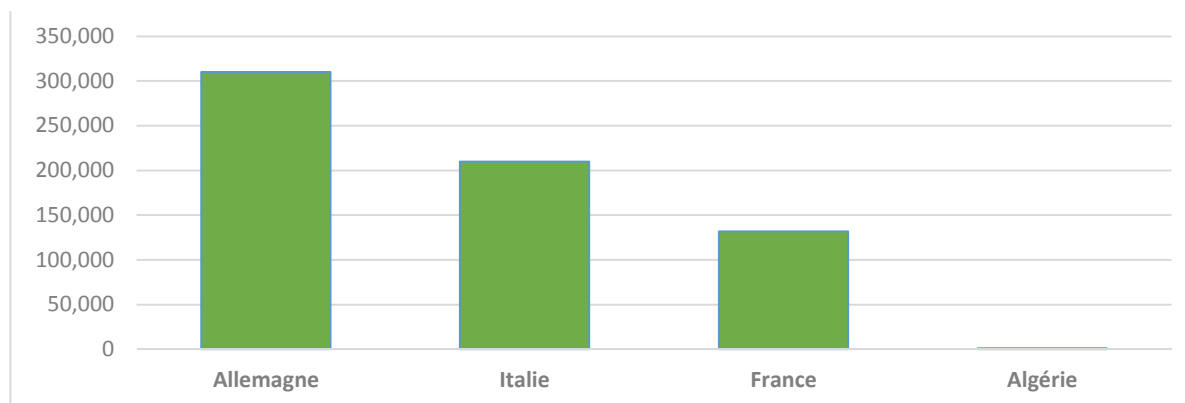
Figure (1) : L'évolution du nombre d'entreprises exportatrices en Algérie de 2012 à 2017



Source : Etabli par l'auteur à partir des données statistiques de CNRC, 2017.

Cependant, ces données statistiques montrent que les entreprises algériennes sont peu engagées dans l'internationalisation. D'ailleurs, la portée internationale des entreprises algériennes demeure très réduite (1 751 entreprises) comparativement aux autres pays du monde comme l'illustre la figure suivante :

Figure (2) : Le nombre d'entreprises exportatrices dans divers pays



Source : Etabli par l'auteur à partir des données diverses

Actuellement, on assiste à un développement exacerbé des entreprises exportatrices dans divers pays développés, où le nombre a dépassé les 300 000. A titre d'exemple, nous avons en France 124 060⁴, en Italie 210 000 et en Allemagne 310 000 entreprises exportatrices en 2015⁵.

1.2.2. Le potentiel de l'internationalisation des entreprises algériennes

De 0,5 à 1 milliard de dollars de recettes, de 4 à 5% de part des exportations, de 400 à 1 751 exportateurs... ce sont les chiffres qui reviennent souvent à propos des exportations hors hydrocarbures en Algérie depuis plusieurs années. Elles sont modiques à tous points de vue. Jusqu'au milieu des années 70, les exportations hors hydrocarbures sont assez diversifiées : produits agricoles (dont vin), les matières premières, les produits bruts..., et elles représentent une part non négligeable dans le volume globale des exportations algériennes.

C'est à partir de 1974 que l'éventail commença à se resserrer. A cette date, la part des produits agricoles ne représentent déjà plus de 3,4% de l'ensemble des exportations. La faiblesse de cette part est imposée d'une part, par la stagnation de la production agricole et l'accroissement démographique et d'autre part, par l'importante revalorisation du prix du pétrole (Ecrement, (1986)). La rente pétrolière détourne les décideurs des exportations traditionnelles. Pour Benissad, cette position officielle a été soutenue par des économistes marxistes affirmant dans les années 70 que la diversification des exportations est incompatible avec la recherche de l'indépendance économique (Benissad, (1991)).

Durant l'année 2017, la présence des produits algériens hors hydrocarbures sur les marchés étrangers reste très marginale avec seulement un taux de 5,46% du volume total des exportations algériennes, soit une valeur de 1,89 milliard de dollars US. Elles ont enregistré une augmentation de 5,21 % par rapport aux résultats à l'année 2016.

L'examen de la structure des exportations hors hydrocarbures laisse apparaître une prédominance du groupe des « demi-produits » qui représente une part de 3,98 % du volume global des exportations soit l'équivalent de 1,38 milliards de dollars US. Le groupe « biens alimentaires » vient en seconde position avec une part de 1 % soit 348 millions de dollars US suivi par le groupe « produits bruts » et le groupe des « biens d'équipement industriels » avec une part identique de 0,21 % et enfin le groupes « biens de consommations non alimentaires » avec une part de 0,06 %.

Tableau (2) : Les principaux produits hors hydrocarbures exportés (Millions USD)

⁴ <http://lekiosque.finances.gouv.fr/>

⁵ <http://www.latribune.fr/economie/france/quelles-sont-les-entreprises-qui-exportent-le-plus-475505.html>

Principaux produits	Année 2016		Année 2017		Evolution %
	Valeurs	%	Valeurs	%	
Huiles et autres produits provenant de la distillation des goudrons	395,74	21,92	530,01	27,91	33,93
Ammoniacs anhydres	322,93	17,89	341,76	18,00	5,83
Engrais minéraux ou chimiques azotes	447,73	24,80	323,71	17,05	-27,70
Sucres de canne ou de Betterave	231,19	12,81	225,46	11,87	-2,48
Phosphate de calcium	71,85	3,98	55,13	2,90	-23,27
Dattes	37,53	2,08	51,37	2,71	36,88
Hydrocarbures, gaz rares	23,38	1,30	43,11	2,27	84,39
Alcools acycliques	33,65	1,86	31,59	1,66	-6,12
Machine à laver le linge	13,67	0,76	30,68	1,62	124,43
Hydrocarbures cycliques	43,35	2,40	27,06	1,42	-
Sous Total	1 621	89,81	1 660	87,41	2,40
Total du groupe	1 805	100%	1 899	100%	5,21

Source : Etabli par l'auteur à partir des données statistiques de CNRC, 2017.

Le constat que nous venons de faire sur les exportations hors hydrocarbures de l'Algérie ne rend pas justice au potentiel qu'elle recèle et qui demeure sous-exploité. Il est possible de citer plusieurs facteurs qui indiqueraient qu'il est possible de mieux faire.

D'abord, nous constatons que les pays du bassin méditerranéen comme la Tunisie, le Maroc, l'Espagne... (Dont la dotation en facteurs est semblable à celle de l'Algérie) ont une gamme d'exportations beaucoup plus diversifiée (produits agricoles et de pêche, textile et bien d'autres produits).

Ces pays se sont orientés vers l'exportation dès les années 70, à travers la mise en œuvre des opportunités offertes par les accords de coopération avec la CEE, les zones franches, la mise en œuvre rapide des programmes d'ajustement structurel qui ont, en particulier, rétabli des parités monétaires stimulant les exportations... Et puis, l'Algérie a un très faible coût de main-d'œuvre, y compris la main-d'œuvre qualifiée, dont elle ne tire pas un avantage compétitif. Enfin, le secteur privé le secteur privé enregistre ces dernières années un accroissement de la productivité. Par ailleurs, valoriser ce potentiel renvoie, pour l'entreprise, à exploiter les avantages comparatifs de l'Algérie. A cet égard, l'ONUDI (2006) suggère trois avantages qui peuvent se révéler décisifs :

-Investir dans les secteurs qui fondent leur compétitivité sur le coût de l'énergie qui est particulièrement attractif en Algérie⁶ ;

-Exploiter la proximité avec les marchés européens pour raccourcir les délais d'approvisionnement et réduire les coûts de transport ;

⁶ Il faut souligner que dans le cadre du libre-échange, cet avantage perd sa pertinence du moment que le prix de vente de l'énergie doit être le même à la fois sur le marché national que celui de l'exportation. La seule différence, c'est que les coûts de transport, d'assurance...peuvent gonfler ce prix pour les pays importateurs.

-Utiliser la disponibilité de ressources naturelles abondantes pour investir l'aval des filières industrielles comme la pétrochimie.

Le diagnostic du potentiel des exportations hors hydrocarbures de l'Algérie réalisé par l'ECOtechnics a permis de mettre en évidence un éventail non négligeable de produits présentant des perspectives intéressantes de développement à l'exportation récapitulé dans le tableau suivant :

Tableau (3) : Le potentiel d'exportation hors hydrocarbure de l'Algérie

Catégories de produits	Produits
Produits agricoles et de l'élevage dont :	Escargots, truffes, champignons, câpres, caroubes et graines de caroubes, amandes amères.
• Olives	Olives de table et huile d'olive vierge
• Liège et transformation du liège	Liège naturel préparé, déchets de liège, liège concasse, granule ou pulpe, bouchons de tous types en liège naturel, ouvrages en liège naturel, liège aggloméré.
• Les dattes	
Produits de la pêche	Crevettes, poissons d'eau douce et de mer, poissons plats, filets de poissons, poulpes, langoustes, thons, anguilles, salmonidés,...
Les boissons	Jus, eaux minérales et eaux gazeifiées, boissons non alcooliques, vins de raisins,...
Autres produits alimentaires	Pâtes alimentaires, poudre et masse de cacao,...
Plastiques et produits plastiques	Polyéthylène, résines alkydes, déchets (rognures et débris de matières), tubes et plaques, bouchons, bouteilles, bonbonnes, portes et fenêtres, ouvrages de plastiques, articles d'emballage,...
Les produits textiles	Filaments synthétiques ou artificielles, tapis et autres revêtements, tissus spéciaux, dentelles, tapisserie, autres articles textiles confectionnés.
Le cuir et les produits en cuir	Peaux brutes ou traitées, chaussures, maroquinerie,...
Boutons et fermetures à glissières	Bouton-pression, boutons en métal, boutons en plastiques, fermetures à glissières,...
Sacs et sachets d'emballage	Polymères, sacs, sachets, pochettes, sacs en papier et carton, sacs et sachets d'emballage,...
Carreaux céramiques	Carreaux et dalles de pavement ou de revêtement, statuettes et autres objets d'ornementation en céramique,...
Produits d'hygiène corporelle, cosmétiques et parfumerie	Parfum et eaux de toilette, préparation capillaire, savons, produits et préparations organiques, shampoing, dentifrices...
Robinetterie, visserie, coutellerie	Eviers, lavabos baignoires, articles de boulonnerie et de visserie, assortiments de cuillères, fourchettes et autres, cuillères, fourchettes, louches, écumeurs, articles de robinetterie...
Luminaires et produits similaires	Lustres, appareils d'éclairage électriques, lampes, partie en verre d'appareil d'éclairage...
Appareillage électrique	Fusibles et coupe circuit à fusible, sectionneurs et interrupteurs, disjoncteurs, relais, douilles pour lampes, commutateurs, fiches et prises de courant, appareillage pour branchement et raccordement, tableaux, armoires et combinaisons d'appareils...
Mobilier de bureau en métal	Meubles de bureau en métal, meubles en métal
Les biens d'équipement	Pompes à béton, chariots élévateurs, échangeurs de chaleur, groupes

électrogènes...

Source : Etabli par l'auteur, à partir du diagnostic de l'Ecotechnics, (2004).

Depuis la fin des années 1980, nous assistons à un regain d'intérêt pour les entreprises algériennes, notamment pour le secteur privé, présentées désormais comme de véritables sources de richesse et d'emploi pour l'économie algérienne. A la lumière des différentes réformes mises en place, les entreprises algériennes ont réalisé une progression remarquable et intéressante aussi en quantité qu'en qualité.

Cependant, si leur nombre ne cesse de croître, les entreprises algériennes sont peu performantes et n'arrivent pas toujours à explorer leur potentiel de croissance, notamment dans l'internationalisation de leurs produits où leur implication dans les marchés internationaux est si timide et leur apport en devise reste insignifiant et elles continuent de concentrer leur activité sur le marché local.

II - Cadre empirique de l'internationalisation des entreprises algériennes :

Afin de déterminer et d'identifier les différents freins qui entravent le développement de l'activité d'internationalisation des entreprises algériennes, nous avons opté pour l'analyse économétrique par le biais de la modélisation logistique binaire permettant la vérification des différents facteurs positifs et/ou négatifs de l'internationalisation des entreprises algériennes. Cependant, afin d'aboutir à cela, nous avons effectué une enquête de terrain auprès d'un échantillon de cent (100) entreprises algériennes⁷. Ce dernier est constitué des entreprises de toutes tailles et qui englobe les entreprises qui se sont lancées dans l'internationalisation ou celles qui ne se sont pas lancées dans celle-ci, qui serviront pour la comparaison afin de situer les différentes contraintes et freins dont souffrent les entreprises algériennes via la démarche d'internationalisation. Pour des raisons que nous ignorons (qui peuvent être la méfiance, l'indisponibilité ou l'incapacité de répondre), un bon nombre de questionnaires nous été retournés, soit mal rempli, soit non rempli, ce qui a modifié la taille de notre échantillon de départ. A cet effet, notre échantillon final est de 80 entreprises implantées dans la wilaya de Béjaia. Lors de la récupération des questionnaires, nous avons fait appel à l'analyse factorielle, qui nous a permis le tri des principaux facteurs influençant l'activité d'internationalisation des entreprises enquêtées. Enfin, nous allons tester l'effet (positif ou négatif) de ces facteurs sur cette dernière dans ce qui suit par l'étude économétrique.

II.1. L'étude économétrique : cadre conceptuel

Dans les études d'Athukorala et al (1995) et Maddala (1983), l'analyse du comportement d'exportation de l'entreprise suggère de définir si l'entreprise décide d'exporter ou non. Cette décision peut être représentée par une variable dichotomique (1 : si l'entreprise exporte ou 0 : si elle n'exporte pas). Dans l'approche économétrique, le processus est expliqué par le modèle probit, le modèle logit (Kadi, 2016).

Westhead (1995) et Gourlay et Seaton (2004) ont estimé le modèle logit avec les données transversales, où la variable dépendante est définie comme une variable binaire. Ces auteurs ont indiqué que l'estimation par la méthode des moindres carrés ordinaires (MCO) peut être utilisée dans le modèle de probabilité linéaire. Cependant, comme la variable dépendante est discrète, les hypothèses de normalité des erreurs et d'homoscédasticité seraient violées (Kadi, 2016).

Par conséquent, le modèle de régression logistique est utilisé pour estimer de façon appropriée les facteurs influençant la décision d'exportation, puisqu'il prend en considération ces

⁷ Les entreprises enquêtées appartiennent à la région de Bejaia.

hypothèses pour justifier les tests statistiques (Fisher et Student). L'estimateur du maximum de vraisemblance est utilisé pour calculer les coefficients Logit.

Cette méthode a pour finalité de maximiser la probabilité que les valeurs observées de la variable dépendante (décision d'internationalisation de l'entreprise) puissent être explicatives à partir des valeurs observées des variables indépendantes (les facteurs influençant l'internationalisation de l'entreprise) (Kadi, 2016).

II.2. Le choix du modèle d'estimation

La différence entre les études initiales qui ont analysé le processus d'internationalisation des entreprises se trouve dans le type de la stratégie choisie. Dans ce contexte, deux situations se distinguent. Dans un premier cas, les entreprises décident d'abord, de participer à l'internationalisation et, par la suite, elles déterminent la quantité de leur production.

Pour cela, le comportement d'une entreprise est une variable discrète, c'est-à-dire que, la décision d'internationalisation prend la valeur 1 si l'entreprise décide d'exporter, et 0 pour le cas contraire. Dès qu'elle décide de s'internationaliser, elle établit le volume de leurs exportations, ce qui peut être considéré, en économétrie, comme un modèle tronqué qui sous-entend le modèle Tobit (Kadi, 2016).

Dans un deuxième cas, les entreprises s'engagent dans l'exportation avec le niveau de production existant. A cet effet, le comportement de l'entreprise relatif à la décision d'internationalisation prend la valeur de 1 si elle décide d'exporter et de 0 si non (Kadi, 2016).

Suite à la caractéristique principale que présente les données de notre échantillon, étant que la variable dépendante, la décision d'internationalisation, soit qualitative binaire et que nous ne disposons pas d'informations sur l'intensité des exportations, alors le modèle économétrique envisagé pour cette étude relève du domaine des variables qualitatives, et plus précisément le modèle de régression logistique binaire.

II.3. La spécification du modèle

Pour déterminer les variables explicatives de la décision d'internationalisation des entreprises algériennes et pour calculer la probabilité de cet événement, nous utiliserons le modèle de régression logistique binaire. La probabilité de réalisation de l'évènement d'internationalisation par l'entreprise i ($i=1, \dots, n$) conditionnellement des variables explicatives $X_i=(X_1, X_2, \dots, X_k)$ peut s'écrire :

$$P=f(x)= \frac{\text{Exp}(X_i)}{1+\text{Exp}(X_i)} \text{ ainsi } 0 < f(X_i) < 1.$$

$$\text{Logit}(p)=\ln(p/1-p)= B_0+B_1X_{i1}+B_2X_{i2}+\dots+B_kX_{ik} \dots \dots \dots (1)$$

Le vecteur β (β_1, \dots, β_k) désigne les k coefficients associés aux variables explicatives.

Pour tester l'impact des variables explicatives sur la probabilité d'internationalisation des entreprises algériennes, nous allons procéder ainsi : En premier lieu, nous avons procédé à l'opérationnalisation des variables du modèle, ensuite nous avons définis les variables explicatives (indépendantes) en nombre de dix : secteur d'activité, domaine d'étude du dirigeant, le niveau de scolarité, la maîtrise des langues étrangères, la culture internationale l'effectif de l'entreprise, l'âge de l'entreprise, freins financiers, les procédures administratives et la concurrence internationale. Puis, nous estimons le modèle logit décrit par l'équation (1) où la variable dépendante prend les deux modalités 1 et 0. A partir, de la première modélisation, nous procédons à la sélection des variables qui s'avèrent pertinentes, c'est-à-dire celles qui sont corrélées à la variable dépendante. Cette technique consiste à exclure à chaque fois les variables qui s'avèrent non significatives aux seuils de confiances conventionnels (1%, 5% et 10%). Pour cela, nous avons retenu la méthode

descendante pas à pas (7 itérations) et le critère de choix du meilleur modèle s'est fait sur la base du rapport de maximum de vraisemblance qui a permis d'obtenir une bonne capacité prédictive puisqu'il classifie correctement 91.3% de l'échantillon, comme nous le reprenons dans le tableau qui suit.

Tableau (4) : La classification à la valeur de césure de 0,5

Observations			Prévisions		
			Internationalisation		Pourcentage correct
			N'exporte pas	exporte	
Etape 7	Internationalisation	N'exporte pas	51	4	92,7
		Exporte	3	22	88,0
	Pourcentage global				91,3

Source : Résultats obtenus par l'auteur à l'aide du logiciel SPSS version 20.0

III- Interprétation et discussion des résultats :

III.1. Interprétation des résultats des estimations

Les résultats des estimations montrent que le modèle a retenu seulement quatre variables explicatives de la décision d'internationalisation qui sont : *l'effectif de l'entreprise, l'âge de l'entreprise, les freins financiers et les procédures administratives*. Ces variables, leurs coefficients de régression ainsi que le test de Wald et les rapports de côte sont présentées dans le tableau suivant :

Tableau (5) : Résultats des estimations de l'internationalisation (régression logistique binaire)

		A	E.S.	Wald	ddl	Sig.	Exp(B)	IC pour Exp(B) 95%	
								Inférieur	Supérieur
Etape 7 ^a	Effec			13,451	2	,001			
	Effec(1)	-40,725	7693,180	,000	1	,996	,000	,000	.
	Effec(2)	-3,522	,960	13,451	1	,000	,030	,005	,194
	Age			,160	2	,923			
	Age(1)	20,248	5006,144	,000	1	,997	621409508,0	,000	.
	Age(2)	,419	1,047	,160	1	,001	1,520	,195	11,841
	Fin	-5,432	9122,908	,160	1	,063	,030	,005	,194
	Adm	-3,857	9122,908	,160	1	,036	,065	,010	,185
	Constante	37,684	9122,908	,000	1	,997	2.322E+16		

Source : Résultats obtenus par l'auteur à l'aide du logiciel SPSS version 20.0

Réf. : modalité de référence

A : paramètre estimé dont le signe indique le sens de variation de la probabilité.

E.S : écart type du paramètre estimé A, il indique la qualité du modèle.

Signif : significativité du paramètre A (si inférieure ou égale à 5% voire à 10%)

Exp (B) : le rapport de cote (*Odds Ratio*) indique combien de fois («chances»), on a de connaître l'événement (la valeur 1 de la variable dépendante) quand on possède telle caractéristique de la variable indépendante plutôt que celle de référence.

IC pour Exp (B) 95% : intervalle de confiance pour Exp (B) à un niveau de confiance de 95%.

Wald : test statistique permettant de déterminer les paramètres significativement différents de 0 au seuil de 5% (ou 10%) dans le modèle

III.1.1. La taille de l'entreprise

Les résultats indiquent que l'impact de la taille de l'entreprise (exprimée en termes de l'effectif employé) est significatif et négatif au seuil de 1%. Autrement dit, les entreprises de taille moyenne (employant 50 à 249 personnes) ont 33 fois moins de chances d'exporter et de s'internationaliser par rapport aux grandes entreprises (employant plus de 250 personnes).

Pour cela, il résulte que, plus la taille de l'entreprise est grande, plus elle aura plus de chances et plus de potentialités de s'internationaliser.

III.1.2. L'âge de l'entreprise

La probabilité d'internationalisation des entreprises augmente avec l'âge de l'entreprise. Cela s'explique par son impact qui est significatif et positif au seuil de 1%. Autrement dit, les entreprises qui sont plus anciennes ont 2 fois plus de chances d'exporter et de s'internationaliser par rapport aux jeunes entreprises (qui ont moins de dix ans d'existence). Ce qui signifie que, plus l'âge de l'entreprise est grand, elle pourra s'internationaliser davantage.

III.1.3. Les freins financiers

Les résultats des estimations montrent une relation significative et négative entre les freins financiers et la décision d'internationalisation des entreprises de notre échantillon au seuil de 10%. Cela veut dire que, les entreprises qui ont un manque en termes de capacités et de moyens financiers ont 33 fois moins de chances à s'internationaliser par rapport à celles qui sont puissantes financièrement. Par conséquent, l'insuffisance de capacités financières, des difficultés d'accès au financement externe, l'importance des risques et les coûts élevés à l'exportation, constituent des freins majeurs à la décision et le processus des entreprises.

III.1.4. Les procédures administratives

Dans le tableau des résultats, l'impact des procédures administratives est significatif et négatif au seuil de 5%. La lourdeur et la surcharge des procédures administratives diminuent 02 fois la probabilité d'internationalisation des entreprises. En conséquence, la réglementation du commerce extérieur, les procédures douanières, l'accès au foncier demeurent des obstacles qui entravent la décision et le processus de l'internationalisation des entreprises. Les variables non retenues dans le modèle sont : *le secteur d'activité, le niveau de scolarité, le domaine d'étude, la culture internationale, la maîtrise des langues étrangères et les freins concurrentiels.*

III.2. Discussion des résultats

En termes d'éléments déterminant et expliquant la décision d'internationalisation des entreprises, les résultats de notre étude montrent que les entreprises de notre échantillon partagent certaines caractéristiques identiques à celles constatées au niveau des entreprises des pays en voie de développement.

En effet, la taille de l'entreprise constitue un déterminant important dans le processus d'internationalisation des entreprises. Dans ce contexte, la partie importante des entreprises qui se sont internationalisées sont de taille moyenne (occupant 50 à 249 personnes). Cela signifie que les

petites entreprises ont moins de chances de devenir internationales par rapport aux grandes entreprises. Cela peut être expliqué par le fait que, ces dernières se caractérisent par une bonne gestion et plus performante, disposent d'importants moyens humains et financiers et d'une expérience plus grande par rapport aux petites entreprises.

Par ailleurs, cette étude met en évidence que, les différents dispositifs de promotion des exportations mis en place par les pouvoirs publics depuis le début des années 2000 et les facilitations douanières n'ont pas pu impulser le nombre des entreprises exportatrices en Algérie. Cependant, ces dispositifs d'aide à l'international restent limités notamment en termes de surcharge et de lourdeurs administratives.

Pour ce qui est de l'âge de l'entreprise, il constitue un élément important dans la décision d'internationalisation des entreprises. A cet effet, une entreprise ancienne accumule un savoir-faire organisationnel et productif qui lui permet de s'engager dans l'internationalisation. Cela confirme les résultats de Moore (2003) en indiquant que les entreprises plus anciennes sont susceptibles d'avoir une plus grande efficacité grâce à leurs expériences cumulées à satisfaire les exigences des marchés internationaux.

Le manque de capacités financières et la difficulté d'accès au financement externe constituent d'autres freins majeurs entravant directement la décision d'internationalisation des entreprises de notre échantillon. Cela peut être expliqué par le fait que, le capital des entreprises algériennes est souvent constitué de fonds propres (capital familial).

Pour cela, ces entreprises ne peuvent supporter les coûts induits par les crédits bancaires en matière de taux d'intérêts qui sont généralement trop élevés. A cela s'ajoutent le fait que les marchés financiers associent un plus grand risque d'affaires aux petites entreprises qui se lancent dans l'internationalisation et l'accès au crédit bancaire toujours tributaire de garanties.

D'après les résultats obtenus par notre enquête de terrain, le profil des dirigeants des entreprises de notre échantillon se caractérise par un niveau universitaire, mais qui ne sont pas spécialisés dans les domaines approfondis de gestion tels que le management et le marketing international. De même, ces dirigeants disposent des connaissances en matière de culture internationale (traditions, coutumes des pays étrangers) mais ils sont limités en termes de maîtrise de plusieurs langues étrangères (la seule maîtrise de la langue française).

Par la suite la segmentation de notre échantillon par l'analyse factorielle, nous a permis d'identifier deux types de profils des dirigeants des entreprises algériennes. En effet, le profil des dirigeants des entreprises internationalisées, qui se caractérise par un niveau de scolarité élevé (niveau universitaire), leur domaine d'étude se focalise dans la gestion et le management et dans la recherche et développement.

Ce type de dirigeants maîtrise plus de deux langues étrangères : la langue arabe, française, anglaise et pour certains d'entre eux, les langues espagnole et italienne. Ils ont une bonne culture internationale, liée aux des différentes traditions et coutumes des pays étrangers. Ces dirigeants disposent d'une grande expérience dans le domaine de la gestion et la prise de décisions, estimée selon les résultats de l'enquête, à plus de seize (16) ans d'expériences. Pour eux, l'environnement d'affaire de leurs entreprises est estimé favorable à l'internationalisation.

En revanche, le profil des dirigeants des entreprises non internationalisées (non exportatrices) se caractérise par un niveau de scolarité moyen, avec leur domaine d'étude principalement dans la production (formation professionnelles), finance et comptabilité. Leur maîtrise de langues étrangères ne dépasse pas deux langues : les langues arabe et française. En outre, leur expérience dans la gestion et la prise de décisions, se limite entre une année et quinze (15) ans, comme ils trouvent que l'environnement d'affaire est défavorable à l'internationalisation.

L'analyse des correspondances multiples nous a permis de cerner le profil des dirigeants comme un facteur déterminant de l'internationalisation des entreprises. Cependant, les résultats obtenus de l'analyse économétrique ont montré que le profil du dirigeant n'a aucun impact significatif sur la décision d'internationalisation des entreprises. Le modèle de régression logistique n'a retenu aucune variable répondant aux caractéristiques des dirigeants des entreprises.

Dans notre analyse, il ressort que les dirigeants des entreprises enquêtées qui sont candidates à l'internationalisation à hauteur de 65,5%, ont confirmé qu'ils détiennent des potentialités d'internationalisation, mais restent entravés par plusieurs obstacles et freins.

En effet, environ 33% du total, ont confirmé que la lourdeur des procédures administratives figure comme le frein majeur qui entrave leur internationalisation dans nos premiers résultats de l'enquête. Parmi ces procédures administratives, nous citerons à titre d'exemple, les services douaniers, la réglementation du commerce extérieur et les services bancaires,...etc. De manière générale, il s'agit donc des questions de délais et notamment de bureaucratie et d'une surcharge administrative. Très souvent, les entreprises se plaignent aussi du fait que les organismes administratifs ne jouent pas un rôle de conseil et d'appui. Par la suite, les résultats des estimations ont montré que ces procédures administratives influencent négativement sur la probabilité d'internationalisation des entreprises de notre échantillon.

III.3. Les leviers de croissance de l'activité d'internationalisation des entreprises algériennes

Au terme de cette analyse, il est nécessaire de proposer quelques leviers de croissances des entreprises algériennes notamment dans leur processus d'internationalisation.

D'abord, il est opportun de mobiliser un ensemble de compétences dans le profil des dirigeants algériens dans la conduite de leur processus d'internationalisation. Les compétences qui devront intervenir dans ce processus sont :

- la capacité à déléguer pendant une négociation et à construire un réseau.
- la capacité à construire des relations internationales et à présenter une offre pendant leur négociation et arriver à un accord.
- la maîtrise des techniques financières internationales.
- la capacité à identifier les objectifs internationaux.
- la capacité à développer l'activité d'innovation dans l'entreprise.
- la maîtrise de plusieurs langues étrangères.

Puis, la faiblesse du nombre d'entreprises qui se sont internationalisées semble être liée aussi à l'existence d'un marché interne beaucoup plus rémunérateur et moins risqué que ceux internationaux. Effectivement, ce phénomène est expliqué par de nombreux obstacles au bon fonctionnement et au développement des entreprises, obstacles auxquels n'échappent pas les entreprises internationalisées ni celles qui sont candidates à l'internationalisation. Parce qu'elles sont confrontées sur les marchés extérieurs à des exigences de marchés concurrentiels, et elles ressentent évidemment de manière beaucoup plus aiguë que les autres entreprises les défaillances de l'environnement des affaires en Algérie. Les pouvoirs publics n'ont pas de stratégie, ou tout au moins de programme d'action clair, pour dynamiser le processus d'internationalisation des entreprises algériennes, ainsi l'incertitude des entreprises sur les résultats de leurs efforts à l'exportation.

Un autre levier concerne l'existence d'un environnement non performant, qui agit négativement sur les entreprises de deux manières. Il réduit leur efficacité et donc leur compétitivité, et contribue dans le même temps à créer des barrières à l'entrée dans les activités, élevant ainsi leur rentabilité et émoissant les incitations à leur internationalisation. Un effort réel des pouvoirs publics pour approfondir et accélérer les réformes de l'environnement des affaires,

semble, de ce fait, incontournable pour augmenter et diversifier significativement les exportations hors hydrocarbures. De plus, il s'agit particulièrement d'apporter de nouvelles réformes pour les secteurs des finances, de la justice, des administrations fiscale et douanière, et de certaines infrastructures comme les ports et les aéroports, des services de transport et télécommunication et enfin de la baisse de la bureaucratie. Ces réformes pourront donner une certaine souplesse en matière de procédures administratives en vue de permettre le bon fonctionnement du système bancaire, une réglementation du contrôle des changes et la performance des contrôles douaniers, des services portuaires et des transports maritimes et aériens, et de ce fait mieux accompagner le secteur productif dans son processus de lancement sur les marchés internationaux.

Notre étude a fait apparaître aussi que les organismes d'appui aux exportations (PROMEX, CAGEX, SAFEX, CACI, Services commerciaux des ambassades algériennes à l'étranger...) sont loin de remplir le rôle qui devrait être le leur dans la dynamisation des exportations hors hydrocarbures et plus particulièrement la dynamisation de l'internationalisation des entreprises. De la même manière, les performances du fonds de soutien à la promotion des exportations sont très en deçà des ambitions affichées par ses textes de créations. Ainsi, les textes réglementaires, notamment ceux relatifs au contrôle des changes maintiennent des dispositions incohérentes avec une dynamisation de l'internationalisation des entreprises algériennes. Pour cela, les chantiers prioritaires sont le secteur financier ainsi que la réglementation relative au contrôle des changes, les administrations douanière et fiscale, les ports et aéroports ainsi que les services de transport maritime et aérien.

Au titre des appuis, des services performants d'information et de documentation et la mise en œuvre effective du fonds de soutien à la promotion des exportations avec des moyens accrus, des procédures et une organisation plus adaptée et enfin une extension des domaines couverts, même si actuellement il ne couvre même pas tous ceux qui sont cités dans ses textes de création.

Toutefois, quelles que soient les faiblesses de l'environnement des entreprises et du soutien des pouvoirs publics, on ne peut ignorer celles qui caractérisent l'entreprise exportatrice et de manière générale l'entreprise algérienne, tout particulièrement celle de statut privé. Ces faiblesses résident dans leur petite taille, des déficiences dans leur organisation et l'absence de stratégie. On retrouve évidemment ces caractéristiques chez l'entreprise exportatrice.

Ces caractéristiques font que lorsque le marché n'est pas une « niche » conquise depuis une plus ou longue date, la prospection se fait de manière ponctuelle et les actions d'adaptation devant accompagner une orientation vers l'exportation ne se réalisent pas ou alors de manière extrêmement lente.

Là aussi, l'explication est le faible degré de concurrence sur le marché interne et l'absence d'un marché des capitaux. L'investissement s'apparente en effet plus à un placement financier rentabilisable dans un horizon relativement court, qu'à la mise en place d'une activité avec une stratégie de développement à long terme.

Il y a ainsi un passage facile de l'épargnant à l'investisseur parce que le marché offre des opportunités de rentabilisation rapide. On ne peut non plus s'expliquer autrement la prolifération de « groupes » par amalgame d'activités rentabilisables sur le court terme mais qui n'offrent, en termes de stratégie industrielle, aucune synergie entre elles.

Une des conséquences des réformes structurelles va évidemment être le relèvement du degré de concurrence. Une protection mieux étudiée pourrait aussi grandement contribuer à cet objectif. Les privatisations auront aussi un effet de remodelage sectoriel important comme on le constate actuellement dans les secteurs où elles ont effectivement eu lieu. Il y a donc une tendance positive sur le long terme qui se traduira nécessairement par une dynamisation des exportations hors hydrocarbures.

IV- Conclusion:

L'activité d'internationalisation représente l'une des alternatives de croissance pour l'ensemble des entreprises et source de développement économique des nations notamment celles industrialisées, mais aussi les économies en voie de développement qui se lancent sur la voie de l'ouverture, comme c'est le cas pour l'Algérie.

Notre recherche porte sur l'étude de l'activité d'internationalisation des entreprises algériennes et plus exactement l'analyse des différents freins entravant le développement de leur processus d'internationalisation, pour nous permettre de traduire ainsi les différents leviers de croissance de celles-ci sur le marché international.

Il résulte ainsi dans notre étude que, la plupart des entreprises enquêtées, à la fois, celles qui détiennent des potentialités d'internationalisation et celles qui se sont internationalisées souffrent de plusieurs freins qui entravent, d'une manière ou d'une autre, leur développement à l'international. A cet effet, notre étude empirique a conforté les résultats indiqués par l'analyse statistique en soulignant les éléments influant suivant :

- La taille de l'entreprise a un impact significatif et négatif sur l'activité d'internationalisation. Autrement dit, plus la taille de l'entreprise est grande, plus elle aura de chances et plus de potentialités de s'internationaliser.
- L'âge de l'entreprise agit de façon significative et positive sur l'activité d'internationalisation. Ce qui signifie que, plus l'âge de l'entreprise est grand, plus elle pourra s'internationaliser davantage.
- Des freins financiers ont aussi un impact significatif et négatif sur l'activité d'internationalisation. Par conséquent, l'insuffisance de capacités financières, des difficultés d'accès au financement externe, l'importance des risques et les coûts élevés à l'exportation, constituent des freins majeurs à la décision et le processus des entreprises.
- Des procédures administratives et réglementaires ont aussi un impact significatif et négatif sur l'activité d'internationalisation. En conséquence, la réglementation du commerce extérieur, les procédures douanières et l'accès au foncier demeurent des obstacles qui entravent la décision et le processus de l'internationalisation des entreprises.

A ce stade, il est nécessaire de proposer quelques leviers de croissances des entreprises algériennes notamment dans leur processus d'internationalisation. D'abord, il est opportun de mobiliser un ensemble de compétences (la capacité à déléguer et à construire un réseau, la capacité à construire des relations internationales, la capacité à développer l'activité d'innovation dans l'entreprise,...etc.) dans le profil des dirigeants algériens dans la conduite de leur processus d'internationalisation.

Un autre levier concerne l'existence d'un environnement non performant, qui agit négativement sur les entreprises de deux manières. Il réduit leur efficacité et donc leur compétitivité, et contribue, dans le même temps, à créer des barrières à l'entrée dans les activités, élevant ainsi leur rentabilité et émoussant les incitations à leur internationalisation. Un effort réel des pouvoirs publics pour approfondir et accélérer les réformes de l'environnement des affaires, semble de ce fait incontournable pour augmenter et diversifier significativement les exportations hors hydrocarbures.

Références bibliographiques

I. Ouvrages :

1. Benissad H, (1991). « *La réforme économique en Algérie* », OPU, Alger 2ème édition mise à jour.

2. De Leersnyder J.M, (1986). « *Marketing international* » Dalloz, Paris.
3. Dunning, J.H., 1992, «Multinational entreprises and the global economy», Wokingham, England.
4. Lemaire JP, (2003). « *Stratégie d'internationalisation Développement internationale de l'entreprise*», Dunod, Paris.
5. Macrae, N., 1972, «L'évolution économique mondiale», the Economist, 22 janvier.
6. Rugman, A.M., 1996, «The theory of the multinational entreprises : the selected scientific papers», Elgar Ed., Cheltenham.
7. Maddala G-S, (1983). « Limited Dependent and Qualitative Variables in Econometrics, in economics New York, Cambridge University Press, p. 251-291.
8. Michalet, C.A., 1973, «Pourquoi les entreprises deviennent-elles multinationales ? Le cas français», Ed du CNRS, Paris.
9. Muccheilli JL, (1998). « *Multinationales et Mondialisation* », édition : Seuil.
10. Ecrement M, (1986), « Indépendance politique et libération économique, un quart de siècle du développement de l'Algérie 1962-1985 », OPU, pp : 217.

II. Articles :

1. Athukorala & P.Jayasuriya S & Oczkowsk, E, (1995). «Multinational Firms and Export Performance in Developing Countries: Some Analytical Issues and New Empirical Evidence,inJournal of Development Economics,vol. 46, p.109 - 122.
2. Gourlay A & Seaton J, (2004). « Explaining the Decision to Export: Evidence from UK Firms»,in Applied Economics Letters, vol.11, p. 153-158. p. 6-36.
3. Johanson J. &Wiedersheim-Paul F. (1975). « *The internationalization of the firm – four swedish case studies* », Journal of Management Studies, vol. 12, p. 305-322.
4. Johanson J. &Vahlne J.-E. (1977). « The internationalization process of the firm – a model of knowledge development and increasing foreing commitments », Journal of Business Studies, vol. 8, n° 1, p. 23-32.
5. Kadi M, Harizi R, (2016). «*Le processus d'internationalisation des pme algériennes : les déterminants de la décision d'exportation* », *Les cahiers du Cread* N° 117.
6. Orser. B, Spence. M, Ridig. A et Carrigton. C, (2007). « *Canadian SME Exporters* », Industrie Canada.
7. Westhead P, (1995). « Exporting and Non-Exporting Small Firms in Great Britain: A Matched Pairs Comparison, inInternational Journal of Entrepreneurial Behaviour& Research,vol. 01, n°02 .

III. Divers

1. Centre National de l'Informatique et des Statistiques, (2017). « *Statistiques du commerce extérieur de l'Algérie* ».
2. Centre National du Registre du Commerce, (2017). « *Le registre du commerce : Indicateurs et Statistiques*».
3. Direction générale des douanes et droits indirects, (2012). «*Statistiques et des études économiques* » in, <http://lekiosque.finances.gouv.fr>
4. ECOtechnics, (2004) « Potentiel d'exportation hors hydrocarbure », Août, Troisième partie.
5. <http://www.latribune.fr/economie/france/quelles-sont-les-entreprises-qui-exportent-le-plus-475505.html>
6. Laghzaoui.S, (2006), « L'internationalisation des PME : pour une relecture en terme de ressources et compétences » 8ième congrès international, francophone en Entrepreneuriat et PME (CIFEPME), 25,26 et 27 Octobre.
7. ONUDI, (2006), « Programme intégré pour l'amélioration de la compétitivité et l'appui à la restructuration industrielle en Algérie, évaluation indépendante Algérie », 23/08/2006.