



## SOMMAIRE

### 1- L'Actualité :

**EXPORT HELPDESK - comment exporter vers l'union européenne.**

### 2- Histoire d'une réussite:

**ENAMARBRE -Entreprise Nationale du Marbre en Algérie**

### 3- Algérie en bref

### 4-Conjoncture/Analyse :

L'évaluation de l'impact de l'accord d'associations sur les exportations algériennes HH vers l'UE des six premiers mois de l'an 2009

### 5-Fiche pays: La Zambie

**6-Espace libre :** Promotion du produit national

### 7- Fiche produit : Le Marbre

### 8- Le monde en bref

### 9- Pêle-Mêle

### 10- Trois questions A :

**Marc MARTINANT, Chef de projet Optimexport, sur le programme de soutien à l'exportation.**

### 1- Agenda/Infos Pratiques



**Rendez vous à ne pas manquer**



**Mr Marc MARTINANT**  
Chef de projet



Mis en place depuis un an, avance avec son slogan :

**"J'ose l'international en exportant".**

Une conférence de presse sera organisée le **mardi 28 juillet 2009** au siège de l'Algex pour annoncer les entreprises qui figureront dans le challenge Optimexport

\*\*\*\*\*

## 1-L'ACTUALITE

### EXPORT HELPDESK – Comment exporter vers l'union européenne.

Dans le cadre de la coopération technique entre l'Algérie et l'Union européenne, une délégation de la commission Européenne s'est déplacée en Algérie du 20 et 25 juin 2009 pour promouvoir l'utilisation du service "Export Helpdesk" en Algérie, en organisant trois journées d'information régionales au Centre (Alger), à l'Ouest (Oran) et à l'Est (Sétif), et ce pour sensibiliser les opérateurs algériens intervenants dans le commerce extérieur (exportateurs, importateurs, associations commerciales et professionnelles...) de toutes les régions du pays sur l'aide que pourrait apporter cet instrument aux exportateurs intéressés par le marché européen.

A cet effet, le 22 juin 2009, la journée d'information organisée à Alger, a eu lieu au siège d'Algex, animée par le Ministère du Commerce et une représentante de la commission européenne.

La représentante de la Commission européenne a précisé que 60% des utilisateurs émanent des pays émergents et 33% des pays européens, et qu'en Algérie le taux d'utilisation du Helpdesk est estimé à 9%, ce qui est loin des attentes. Jusqu'à présent, ce sont les Egyptiens dans la région Euromed qui profitent le plus de « l'Export Helpdesk » de l'Union européenne, ils constituent 30% des utilisateurs de ce portail. En revanche, les Marocains, eux, ne sont que 9% à utiliser cet outil, tandis que les Tunisiens, en sont à un taux de 22%.

L'Export Helpdesk est un service en ligne, gratuit et simple à utiliser, mis en place en 2004 par la Commission européenne pour faciliter l'accès des pays en développement aux marchés de l'Union européenne. Ce service offre une série d'informations pratiques répartis sur cinq (05) sections, à savoir :

- les régimes tarifaires préférentiels de l'UE pour les pays en développement, voir sur le site la rubrique: droits de douanes, documentation douanière et règles d'origine
- les conditions requises à l'importation par l'UE et les Etats membres, ainsi que les taxes internes applicables aux produits, voir sur le site la section conditions requises (santé, étiquetage...) & taxes (TVA, impôts indirectes)
- des données statistiques sur le commerce extérieur de l'UE et de chacun de ses Etats membres pour évaluer l'intérêt de cibler un marché particulier de l'UE, voir section : statistiques commerciales.
- un « espace commerciale » où les exportateurs des pays en développement peuvent établir des contacts avec les importateurs de l'UE.
- Des informations détaillées concernant des cas de figure concrets rencontrés par les exportateurs, voir rubrique contact.

Ce système permet aussi d'obtenir des liens vers d'autres entités et organisations internationales engagées dans des opérations commerciales et des activités de promotion commercial.

Pour faciliter la navigation, les interfaces des différents modules sont disponibles en français, en espagnol, en anglais et même en portugais. Mais, la plupart des documents ne sont disponibles qu'en version anglaise. Ce qui ne facilite pas la tâche aux exportateurs non polyglottes.

Afin de fournir un point d'accès unique à l'information en ligne sur les exportations vers l'Europe, la commission européenne a mis à la disposition des opérateurs le site web suivant :

<http://exporthelp.europa.eu>

## 2-HISTOIRE D'UNE REUSSITE

### ENAMARBRE -Entreprise Nationale du Marbre en Algérie

Située à l'extérieur de la ville de Skikda, ENAMARBRE occupe 5'200 ha. Cette entreprise de 239 employés a une production annuelle de dalles de 11'700 m<sup>2</sup>. La matière première provient d'une carrière de marbre située à 20 km de l'usine fournissant une quantité annuelle de 6.220 m<sup>3</sup>.

La production de marbre en blocs, par les filiales de l'entreprise ENAMARBRE, a connu depuis l'année 2004, une baisse de production passant de 14.074 m<sup>3</sup> en 2004 à 9.996 m<sup>3</sup> en 2006.

Il est à noter que la production totale de blocs de marbre en Algérie a connu une hausse de 17% par rapport à l'année 2005 estimé à 16 082 m<sup>3</sup>, entre 62% la part enregistrée du secteur public et 38% la part du secteur privé de cette production annuelle 2006. Les dérivés de marbre produits sont de l'ordre de 147.674 tonnes, en baisse de 20.53% par rapport à l'année 2005.

L'opération de lavage sous pression des dalles nécessite de grandes quantités d'eau qui se chargent fortement de particules de marbre. Ces eaux usées sont ensuite rejetées directement dans l'oued Sefsaf alors que les boues sont récupérées par décantation et mises en décharge après un stockage temporaire sur site. Néanmoins, une petite quantité est récupérée par des artisans locaux et utilisée comme matière première pour la fabrication de sanitaires, carrelages et faïence.

ENAMARBRE a pris conscience de la nécessité et de l'importance d'une action environnementale. Il en ressort que l'enjeu stratégique de l'entreprise est de pouvoir conjuguer pérennité et compétitivité avec protection de l'environnement. Pour maintenir ses bonnes relations avec les autorités locales, la Direction a décidé de mettre en place les procédures internes pour une meilleure conformité légale. Par ailleurs, la Direction s'est fixée comme priorité d'asseoir et d'augmenter sa part du marché algérien face à la concurrence internationale croissante notamment de la part des marbriers italiens. Pour ce faire, ENAMARBRE va développer un marketing agressif en axant sa communication sur l'image de marque d'un produit minéral naturel.

Suite à ce premier diagnostic environnemental, ENAMARBRE a constaté l'importance de la mise en place d'une politique environnementale qui devra se matérialiser ensuite aux différents échelons de l'entreprise par un système de gestion environnementale. Il est important qu'une fois la Direction acquise, la culture d'éco-management soit transmise à l'ensemble du personnel. Une équipe "environnement" et l'analyse des processus de fabrication selon le bilan des matières contribueront grandement à cette démarche.

### 3-ALGERIE EN BREF

**ALGER - Les enjeux de la grande distribution** directe aux consommateurs ont été débattus, le 21 juin 2009 à Alger, au cours d'un colloque organisé par le Centre international du management de la distribution "Formadis". Cette rencontre, qui a réuni des représentants des ministères respectivement du Commerce, des Transports et de l'Energie et des Mines, ainsi que des acteurs de la grande distribution nationale, a permis aux participants d'évoquer les avantages et les inconvénients de l'instauration de cette activité commerciale afin de "favoriser une politique de développement économique profitable à tous" (consommateurs, distributeurs et producteurs), selon les participants. **Aps**

**ALGER - La balance commerciale des produits halieutiques entre l'Algérie et la Tunisie enregistre depuis l'année 2000 un excédent commercial en faveur de l'Algérie**, selon le ministère de la pêche et des ressources halieutiques. Depuis l'année 2000, la moyenne annuelle des exportations algériennes vers la Tunisie en produits halieutiques a été de plus de 667.500 dollars contre des importations d'environ 256.500 dollars, soit un excédent de plus de 411.000 dollars, précise la même source. Ces résultats s'expliquent par "la différence de valeur marchande entre les produits exportés et importés avec la Tunisie, étant donné que le kilo de poisson exporté rapporte à l'Algérie 2,8 dollars alors que celui importé ne coûte au pays que 0,6 dollar", précise le ministère. **Aps**

**ALGER - La cinquième édition de l'annuaire économique et social vient de paraître sous le thème: "Algérie 2009, état des lieux".** Au sommaire de cette édition de 230 pages richement illustrée, tous les secteurs de l'économie sont représentés, notamment le commerce avec les principales données de l'exercice 2008, l'énergie, les finances, l'agriculture, travaux publics et transport. L'annuaire, édité par "Kalma" communication, consacre plusieurs pages aux données économiques et sociales avec des chiffres sur la démographie ainsi qu'un dossier sur les indicateurs macro-économiques sous le titre "l'Algérie: première économie d'Afrique du Nord". **Aps**

### 4-CONJONCTURE /ANALYSE/MARCHE

#### L'évaluation de l'impact de l'accord d'associations sur les exportations algériennes HH vers l'UE des six premiers mois de l'année 2009

L'Algérie ne tire toujours pas profit de l'accord d'association signé avec l'Union européenne, c'est du moins ce qui ressort de l'évaluation de l'impact de l'accord sur les exportations algériennes hors hydrocarbures vers l'Union européenne durant les six premiers mois de l'année 2009, réalisé par Algex et actualisé régulièrement sur son site web [www.algex.dz](http://www.algex.dz)

Durant le premier semestre 2009, les exportations hors hydrocarbures de l'Algérie vers l'UE représentent près de 57,2% du total des exportations h.h, équivalent à 288,87 millions USD contre 696,05 millions USD durant la période correspondante en 2008, soit une diminution de 58,5 %.

L'évaluation de l'impact de l'accord d'association, pour le premier semestre 2009, fait ressortir les résultats suivants :

**1/ Les Produits agricoles et agricoles transformés** ont représenté que 4,80 % du total des exportations h.h vers l'UE. En termes de produits, l'Algérie a exporté notamment des dattes qui ont connu une régression de 57,58%, du beurre de cacao (-27,89%) et des résidus des corps gras (-66,7%) et, enfin, le seul produit qui a connu des hausses importantes de 37% est l'eau minérale et gazéifiée.

Les exportations de produits agricoles et agricoles transformés ayant bénéficié d'avantages préférentiels (0% de droits de douane avec ou sans limitation de quotas), ont enregistré un taux de 57,47 % du total des exportations agricoles et agricoles transformés dont près de 84,44 % sans limitation de quotas.

Concernant les produits agricoles admis sous contingents, les données demeurent marginales mais à la hausse par rapport à 2008. On peut citer l'huile d'olive et ses fractions en hausse de 129% et le vin dont l'augmentation est de 193,3%. S'agissant des produits agricoles soumis à un

calendrier pour bénéficier du démantèlement, il se trouve que l'exportation s'est relativement déroulée durant les périodes concernées, à savoir : l'oignon et échalotes, les pois, l'oignon sauvage, les tomates et les carottes.

En revanche, les exportations des produits agricoles et agricoles transformés n'ayant pas bénéficié d'avantages préférentiels ont représenté 42,53 % (10,27 Millions \$US) des exportations agricoles.

Sur les 11 produits agricoles transformés bénéficiant d'avantages préférentiels inscrits, sous contingents, l'Algérie n'a exporté que deux. Il s'agit du couscous et des pâtes alimentaires.

**2/ l'exportation des Produits de la pêche** (exemptés de droits de douane à l'importation dans la communauté), a enregistré une baisse de 51,26 % en valeur par rapport à la même période 2008, soit une valeur de 3,40 millions USD, représentant une part de 1,20% du total des exportations algériennes h.h vers l'UE. Les principaux produits de la pêche exportés, durant le premier semestre 2009, sont notamment :

- Les crevettes : 2,23 millions USD contre 4,39 millions USD durant la même période 2008, soit une variation de -49,2 %. En terme de quantité ces exportations ont baissé de 82,4 %.

- Les poulpes : 0,45 million USD contre 1,32 million USD durant le premier semestre 2008), soit une variation de -66 %.

**3/ Les produits industriels** (exportés en exonération totale vers l'UE), d'une valeur de 261,26 millions USD, représentent 90,44 % des exportations vers l'UE et ont diminué de 60,67 % par rapport au premier semestre 2008. S'agissant des produits manufacturés, leur part dans les produits industriels est minime soit 3,71% contre 1,65 % durant le premier semestre 2009. L'essentiel des produits industriels étant constitué de demi-produits, de produits brut et de déchets ferreux et non ferreux.

### 5-FICHE PAYS

#### LA ZAMBIE



La Zambie, est un pays d'Afrique australe, sans accès à la mer. Anciennement Rhodésie du Nord colonie britannique, il fait partie du Commonwealth et sa langue officielle est l'anglais. Le pays compte 11,9 millions d'habitants (2007), la capitale est Lusaka et la monnaie est le kwacha.

L'économie de la Zambie repose sur l'agriculture, l'exploitation des mines de cuivre et de cobalt et sur le tourisme. En 2008, la croissance de la Zambie s'est tassée à 5.8 %, contre 6.1 % en 2007, surtout en raison du net recul des cours du cuivre. Un nouveau ralentissement de la croissance à 2.8 % est prévu pour 2009 sous l'effet de la récession mondiale.

Le bond de l'inflation en 2008, qui avait atteint 15.3% en glissement annuel en décembre, s'explique essentiellement par la hausse des prix des denrées alimentaires et du pétrole.

Sur 2009 et 2010, l'inflation moyenne devrait retomber sous la barre des 10%, car le niveau des prix du pétrole et l'alimentation est maintenu à partir de la fin 2008.

#### DONNEES GENERALES

- Nom officiel : République de ZAMBIE
- Superficie : 752 612 km<sup>2</sup>

- Population : 11,9 millions (2007)
- Capitale : Lusaka

#### Principaux indicateurs économiques :

- PIB (milliards US\$): 15,2 (2008)
- Croissance annuelle du PIB : 5,8 (2008)
- PIB/habitant (US\$): 1 223 (2008)
- Taux d'inflation: 15,3%(2008)
- Exportations (millions US\$) : 4 250(2007)
- Importations (millions US\$): 3 288 (2007)

#### Principaux clients de la Zambie :

Suisse, Afrique du sud, Thaïlande, République Démocratique du Congo, Egypte, Arabie Saoudite, Chine, Tanzanie, Corée, Zimbabwe.

#### Principaux fournisseurs de la Zambie:

Afrique du sud, Emirats arabes Unis, Chine, Inde, Royaume - Uni, République Démocratique du Congo, France, Zimbabwe, Suède, Allemagne.

#### Echanges commerciaux Algérie-Zambie :

Années	2007	2008
Exportations algériennes	Néant	Néant
Importations algériennes	Néant	0,0116
Balance commerciale	Néant	-0,0116

Source : Douanes Algériennes

valeur : millions US\$

#### Principaux produits importés par l'Algérie de la Zambie:

- Fils pour bobinages et appareils pour la filtration des huiles minérales.



Les conférences-débats sur la chaîne du commerce extérieur se poursuivent au siège de l'Agence nationale de promotion du commerce extérieur (Algex). Le Consultant expert en logistique transport, Kamel KHELIFA, a abordé la thématique de «la communication intégrée» au service des exportations. Liée, notamment, à l'information, la valorisation du produit national à l'extérieur, la pratique du lobbying et l'action diplomatique dynamique, la communication «hélas fait défaut», «pose problème », estime Kamel KHELIFA. Celui-ci note l'absence effective d'une «vision d'ensemble» qui implique tout le monde, soit l'Etat, en termes d'«encadrement, appui et exécution», les administrations, bien formées et mises à niveau, ainsi que les entreprises commerciales, en termes d'accueil et écoute.

Or, «les organismes publics et les entreprises ne communiquent pas, ou si peu», voire mal, considère cet expert, qui met en garde contre les dégâts provoqués par une mauvaise communication.

«Nous ne savons pas communiquer. Ou on ne veut pas s'en donner les moyens», observe-t-il. Selon Kamel KHELIFA, il revient aux «professionnels » d'établir des plans de communication, aux diplomates et autres attachés commerciaux au niveau des ambassades de savoir placer le produit, à toutes les institutions d'être «visitables», transparentes.

Intervenant dans le débat, un représentant du ministère des Affaires étrangères a affirmé que les représentations diplomatiques disposent déjà d'un plan de communication et ont été «instruites» de le suivre.

*Le soir d'Algérie*

## 7-FICHE PRODUIT

# Le Marbre

Le marbre est une roche métamorphique dérivée du calcaire, existant dans une grande diversité de coloris, pouvant présenter des veines, ou marbrures (veines et coloris sont dus à des inclusions d'oxydes métalliques, le plus souvent). Certains types de marbres portent des noms particuliers, par exemple le cipolin ou la griotte. Le mot vient de l'arabe marmar مرمَر, d'où l'adjectif marmoréen, « de marbre ». Avant l'arabe, existaient le grec marmaros et le latin marmor.

Dans l'Antiquité, les carrières du Pentélique, qui surplombe Athènes, de Paros, du Proconnèse dans la mer de Marmara ou d'Aliki à Thasos sont les plus importantes. Leurs productions sont même exportées dès cette époque et l'on retrouve des sarcophages ou des éléments de statuaire de ces marbres dans la plupart des anciennes colonies grecques du bassin méditerranéen.

A l'époque romaine les fameuses carrières de marbre de Carrare, en Toscane commencent à être exploitées. C'est également à cette époque que débute l'extraction dans les gisements de l'Alentejo du centre du Portugal. Bien que découverts à la même période en Belgique, plus précisément en Wallonie, les fameux marbres noir belge et rouges royal ne connaîtront leurs heures de gloire que plus tardivement. *Depuis l'Antiquité, le marbre est le reflet de la splendeur, du luxe et du prestige. De la basilique Saint-pierre de Rome jusqu'au château de Versailles, il a longtemps été prisé par les puissants.*

Brut, le marbre est une matière "inerte", presque morte. Dès que l'homme la polit, la travaille, elle s'anime. Sa couleur éclate et sa lumière resplendit. Une équipe de chercheurs américains venus en mission en Algérie, invités par l'Agence nationale de géologie et de contrôle minier - ANGCM, a prélevé des échantillons de marbre dans les mines et carrières d'Algérie, mais aussi sur des reliques conservées dans les musées ou les vestiges antiques du pays.



Cette équipe, qui s'intéresse à l'histoire et à la géographie du marbre, a établi des corrélations inattendues, sinon surprenantes. S'il est bien établi que les mines de marbre de Filfila (Skikda) avaient été abondamment mises à contribution par l'empire romain pour embellir ses palais et châteaux, il a aussi été démontré que le marbre dit gréco scritto, un marbre blanc utilisé comme revêtement des thermes romains antiques de Chieti en Italie, provenait de plusieurs carrières d'Algérie. Le marbre du cap de Garde, dans l'Est algérien, a été ainsi identifié dans des sites antiques de Tunisie, à Kef, Kairouan et Carthage, mais aussi en Italie, à Cinitile, près de Nola, à Campania, à Sainte Agathe, à Ravenne et Ostie. Des parements en marbre utilisés lors de la réhabilitation en 1814 des bâtiments de la Maison-Blanche à Washington portent les couleurs chatoyantes de l'onix de Aïn Smara.

En ce qui concerne l'époque contemporaine, le marbre de Bouhanifia a servi aux Etats-Unis à embellir un gratte-ciel prestigieux, le Chrysler Building. Un marbre jusque-là étiqueté Morocco marble ».

Quand au marbre décorant le célèbre Rockefeller Center, il vient des carrières de Kristel (ouest du pays), soutient l'Asmosia dans son étude, faisant remarquer que les marbres de Filfila, de très grande notoriété, étaient recherchés pendant l'époque romaine pour leurs qualités exceptionnelles dans le domaine de la sculpture.

Pour conclure, on rappellera que les exportations algériennes de marbre, encore négligeables, qui se sont élevées en 2008 à 80.000 dollars, devront faire l'objet d'une vigoureuse promotion sur un marché où les exportations mondiales ont atteint, en 2007, 1650 millions de dollars.



**TUNIS - Trente trois pays et une organisation internationale ont déjà signé l'accord pour la mise en place d'une Facilité africaine de soutien juridique**, dont l'assemblée constitutive est fixée pour le 29 juin 2009 à Tunis, selon la Banque africaine de développement (BAD). Cette Facilité, qui reste ouverte à d'éventuelles autres adhésions et qui sera hébergée au sein de la BAD tout en restant "une entité légale et administrative autonome", fournira deux types de services: l'assistance en matière de négociation des litiges et des transactions commerciales complexes, explique sur son site la BAD en indiquant l'avoir déjà doté d'environ 15 millions de dollars.

**Aps**

**Paris et Berlin reprennent le flambeau de la lutte contre les paradis fiscaux-** Mr Eric Woerth, Ministre du budget, a prévenu qu'il s'était mis d'accord avec Mr Peer Steinbrück Ministre allemand des finances, sur des mesures de rétorsion à l'encontre des pays qui ne tiennent pas leurs engagements. Les pays de la liste grise de l'OCDE (Organisation de coopération et de développement économique), qui se sont engagés à plus de transparence en matière fiscale, font preuve d'une volonté de changement plutôt variable. En marge d'une conférence à Berlin réunissant une vingtaine de pays de l'OCDE et de l'Union européenne, Eric Woerth a prévenu que les récalcitrants "se verront appliquer des sanctions extrêmement puissantes". Chaque pays décidera de l'application de ces sanctions, comme par exemple, la dénonciation d'accords fiscaux. Mais Eric Woerth ne semble pas vouloir s'arrêter là. Il a évoqué un échange sur des mesures pouvant être appliquées au niveau international, comme demander aux établissements financiers d'établir la clarté sur les relations qu'ils entretiennent avec les paradis fiscaux.

**La tribune.fr**

**Luxembourg : Propriété intellectuelle : premier pas vers un brevet européen unique.** Au cours d'une réunion du Conseil de l'environnement qui s'est tenue le 25 juin 2009, le Conseil européen a accepté de demander officiellement à la Cour de justice européenne de se prononcer sur l'adoption d'un brevet européen unique. L'évènement peut sembler anecdotique, mais il marque un premier pas important vers la création d'un Système unifié de règlement des litiges en matière de brevets (UPLS), d'autant plus que la décision a été prise à l'unanimité. Des pays récalcitrants, comme l'Espagne, ont donc finalement accepté le principe d'un outil communautaire unique pour la défense de la propriété intellectuelle. La Cour de justice européenne a donc maintenant un an pour se prononcer sur la compatibilité du projet avec le droit communautaire, ce qui constitue le dernier obstacle à l'établissement de l'UPLS. L'association Euro chambres, qui regroupe les chambres de commerce et d'industrie européennes, s'est publiquement félicitée de cette avancée depuis longtemps réclamée par les entreprises européennes.

**Le Moci**

## 9-PELE – MELE

**ALGER - Une journée d'étude sur la méthode de management japonaise "Kaizen management"** des entreprises a été organisée, le 23 juin 2009 à Alger, en présence d'experts et universitaires algériens et japonais. "Kaizen management" qui signifie le développement continu, est une méthode japonaise rendue mondialement célèbre et adoptée par de grandes multinationales, car elle développe la compétitivité de l'entreprise par la réduction des coûts. Organisée par le Forum des Chefs d'entreprises (FCE), qui co-préside le comité économique conjoint algéro-japonais depuis septembre 2008, cette rencontre été animée par l'expert japonais, Seiichi Fujita. Professeur à l'Université de Waseda Japon. Il a animé des conférences dans de nombreux pays notamment le Koweït, l'Arabie Saoudite, le Qatar, l'Iran, la Turquie, Oman, Bahrein et l'Égypte. **APS**

**ALGER - L'Office national des statistiques (ONS) et la Banque africaine de développement (BAD) ont coorganisé** du 6 au 8 juillet 2009 la conférence maghrébine sur la statistique. La conférence a eu pour principaux objectifs l'approfondissement de la coopération maghrébine dans les domaines d'activités statistiques et l'élaboration d'un plan de travail pour mettre en oeuvre des actions visant le renforcement de la coordination statistique. Cette rencontre a réuni plus de 200 experts maghrébins et internationaux qui ont également identifié la faisabilité de ces actions de développement de la statistique, notamment en termes d'organisation et de prise en charge financière, précise le communiqué. **APS**

**Etats-Unis - L'autorité sanitaire américaine a approuvé le 23 février 2009 la mise en place de mesures spécifiques** à compter du 10 mars 2009 concernant les importations aux Etats-Unis de tomates du Maroc, de France, d'Espagne et d'Algérie à savoir, entre autres, être accompagnées d'un certificat phytosanitaire et provenir de zone de production sous surveillance particulière. Le chargement devra de plus être traité. Ces mesures n'auront pour l'heure qu'un impact réduit car les exportations vers les Etats-Unis, en provenances des pays suscités, sont réduites et même en baisse ces dernières années compte tenu des restrictions déjà existantes.

[www.infofruit.fr](http://www.infofruit.fr)

## 10-TROIS QUESTIONS A

**MARC MARTINANT, CHEF DE PROJET OPTIMEXPORT, SUR LE PROGRAMME DE SOUTIEN A L'EXPORTATION**



### Qu'est ce-que le projet Optimexport ?

Le programme a une durée de vie de trois ans. Nous avons réellement commencé en avril 2008. Nous apportons de l'aide par le conseil pour aider les entreprises hors hydrocarbures à exporter. Dans l'aide, nous fournissons aux entreprises des études de marché sur l'extérieur pour que l'entreprise prenne connaissance de la problématique et des atouts de ce dernier. Avec Algex, nous organisons des journées pays, bientôt avec celle de l'Égypte qui donne de meilleurs renseignements sur la portée du marché. Également, nous faisons des séminaires sur des thèmes différents relatifs à l'exportation.

### Pourquoi une société française s'occupe-t-elle de ce programme ?

C'est une décision politique de coopération entre les gouvernements français et algérien qui date de 2005. La France a mis 2,1 millions d'euros et le gouvernement algérien 400 000. Le ministère du Commerce et l'agence UbiFrance ont établi un appel d'offres et nous avons été choisis. Pour le premier programme, nous avons pris un échantillon de 45 entreprises pour tester si au bout de trois ans cela va marcher. Si c'est le cas, l'objectif est de le faire pour toutes les entreprises qui sont dans l'exportation, dans un grand programme national. Dans le même temps, nous créerons un label de qualité Algex.

### Où en êtes-vous par rapport au programme ?

Depuis un an, nous inspectons les différentes entreprises qui exportent ou qui ont exporté

où qui le souhaitent. Nous avons fait des études pour connaître leur capacité à l'exportation. Sur les 120, nous allons en prendre entre 40 et 45. Nous avons pratiquement tous les secteurs : agroalimentaire, textile, ferraille de toutes les régions. Le ministre du Commerce les dévoilera dans une conférence de presse prochainement. Les 45 entreprises devront assister obligatoirement à nos journées pays et aux séminaires. Elles seront abonnées au magazine Moci.

### Comment avez-vous effectué ce choix ?

Nous avons prospecté plus de 200 entreprises avec des visites et des entretiens avec les chefs d'entreprise. Ces sociétés ont toutes rempli un document de 45 questions. Avec ces informations, grâce à un logiciel informatique, nous avons fait un portrait de l'entreprise, une sorte d'étude de marché qui nous donne une représentation de l'entreprise et de ses capacités à l'exportation.

### Qu'advient-il des entreprises non choisies ?

Nous apporterons toujours une aide. Par exemple sur les séminaires, nous ferons un jour pour ces entreprises non choisies, autant que pour les entreprises qui sont dans le challenge Optimexport.

### Votre point de vue sur l'exportation en Algérie...

Ici, les entrepreneurs ont beaucoup de motivation pour exporter. Cependant, ils manquent de stratégie et de méthode. La bureaucratie est très contraignante en Algérie. Pour faire évoluer les exportations hors hydrocarbures, je pense que seule une volonté politique pourra aller dans le sens d'apporter la culture de l'exportation, ce qui semble être le cas. Nous le voyons avec le challenge Optimexport, l'organisation et la réussite durant la Foire internationale d'Alger du premier Salon de l'exportation qui sera réédité l'année prochaine.

## 11-AGENDA / INFOS PRATIQUES

### EXPOSITION D'INVESTISSEMENT ET DE COMMERCE INTERNATIONAL DE LA CHINE AU NINGXIA DU 18 AU 31 AOUT 2009

La quatrième édition de l'exposition d'investissement des pays islamiques dans la province de Ningxia en Chine s'ouvrira au Centre d'exposition et de Congrès du Yinchuan, Ningxia (Chine) du 18 au 31 août 2009, c'est la plus grande manifestation en Chine du commerce musulman et des produits chinois, organisée par le Ministère du commerce de la Chine, le Comité de promotion du commerce international de la Chine et le gouvernement de la région autonome Hui du Ningxia. Par rapport à l'international, de nombreux investisseurs, visiteurs, producteurs, entrepreneurs et grandes entreprises sont présents pour offrir une bonne occasion d'élever la compétitivité internationale.



RN-N° 5 Cinq Maisons, Mohammadia, Alger. BP 191, Hassen Badi El-Harrach-Alger-  
Tél: (213) 21.52.20.82/ 52.12.10 – Fax : (213)21.52.11.26  
Email : [info@algex.dz](mailto:info@algex.dz) Site web : [www.algex.dz](http://www.algex.dz)  
Directeur de la publication : Mohamed BENNI

### Foire Internationale de Marseille



Du 25/09/2009 au 05/10/2009

La 84<sup>ème</sup> Edition de la Foire internationale de Marseille investit le Parc Chanot, du 25 septembre au 5 octobre 2009. Un panorama des arts de vivre où s'exprimeront pendant onze jours, 1400 artistes, artisans et exposants venus des quatre coins du globe et 400 000 visiteurs sont attendus.

Rédactrice en chef : Akila BOUZIANI  
Secrétariat de Rédaction : Chafia HALAIMIA/Saida TOUATI  
Karim DJENAOUI  
Techniciens : Krimou ZITOUNI  
Samir MOUFFOK  
Fouzia HAOUATI

Participation à la rédaction: Akila BOUZIANI/Saida TOUATI  
Malika LANNAD/Assia KACED/Farida CERBAH/Farida SAKHRI