

**SMAIL LALMAS, PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION ALGERIE
CONSEIL EXPORT ACE**

«La concurrence internationale nécessite une adaptation à la réalité de l'économie de marché»

**L'inexistence de stratégie nationale de promotion des exportations HH
rend nos institutions complètement handicapées.**



La relance du commerce extérieur par la promotion des exportations hors hydrocarbures anime le débat en ce moment.

Pensez-vous que les institutions existantes (Algex, CACI, Cagex) sont à même d'accompagner les exportateurs, ou nécessitent-elles une révision des statuts pour mieux s'adapter et être plus performantes ?

Il faut tout d'abord savoir que le commerce extérieur, ce n'est pas uniquement l'export mais aussi l'importation et les IDE ou mouvements des capitaux, donc trois axes stratégiques pour le développement économique d'un pays, mais qui sont complètement déstructurés et désorganisés chez nous.

Les institutions que vous avez citées ne sont que des institutions d'accompagnement, leur efficacité ne pourra être tangible que lorsque leur rôle sera bien défini et s'inscrira dans le cadre d'une vision globale ou dans un projet, chose malheureusement qui fait défaut.

Pourtant, vous aviez appelé à revoir le statut d'Algex...

Il est vrai que j'avais appelé auparavant à revoir le statut d'Algex et même de la Caci, pour plus de moyens, une plus grande indépendance, avec une présence régionale et internationale, notamment pour la première.

Mais je me rends compte, aujourd'hui, que cela ne servira à rien avec l'inexistence de stratégie nationale de promotion des exportations hors hydrocarbures, et donc l'absence d'une feuille de route qui, justement, rend nos institutions complètement handicapées, d'où le manque d'efficacité constatée en matière d'accompagnement, malgré, je dois l'avouer, une volonté affichée

des cadres et dirigeants des institutions citées.

Cela dit, depuis fin 2014, la Caci France existe, dont le but est normalement de booster le produit Algérie et d'aider nos entreprises à se positionner sur le marché français, voire européen, une expérience à suivre, pour en tirer les enseignements.

D'aucuns préconisent la mise en place d'un guichet unique au niveau d'Algex pour faciliter les opérations à l'export . Est-ce la panacée ?

S'agissant de la multitude de réglementations et procédures régissant les activités du commerce extérieur, leur harmonisation, leur assouplissement et leur coordination entre les différentes administrations concernées, demeurent tributaires d'une indispensable dématérialisation des procédures, qui permettra d'aboutir à la mise en place d'un guichet unique et d'une déclaration unique en douane, ce que permettent désormais les nouvelles techniques d'information et de communication déjà en place au niveau des services des Douanes.

Cela dit, Algex doit avoir les moyens, notamment humains, pour accompagner et orienter nos opérateurs et leur prodiguer les conseils nécessaires pour, dans un premier temps, leur faciliter les démarches au niveau local, et leur éviter certains pièges à l'international.

Sivousprenezunestructure comme UBIFrance, l'équivalent d'ALGEX en Algérie, l'Agence française pour le développement international des entreprises, est organisée par filières d'activité, c'est la «porte d'entrée» des PME françaises, elle dispose de son propre réseau de 1 400 collaborateurs multiculturels dans le monde

dédiés à l'accompagnement des PME à l'export, avec 6 directions interrégionales et 80 bureaux présents dans 70 pays. Vous constaterez donc qu'on est loin de ce schéma, il ne faut pas s'étonner, alors, des résultats médiocres de notre business à l'international.

L'inefficacité des auxiliaires à l'exportation (banques, douanes, transports, assurances...) est souvent pointé du doigt, le problème réside-t-il dans les procédures ou dans la ressource humaine, pas ou peu formée ?

L'inefficacité dont vous parlez, est le résultat de plusieurs facteurs, notamment la désorganisation de l'activité export, l'absence de tutelle identifiée, d'où la non-implication de ces auxiliaires, censés être des acteurs importants dans la construction d'une vision ou d'une stratégie de développement des exportations hors hydrocarbures .

La concurrence internationale féroce nécessite une adaptation à la réalité de l'économie de marché et au libre-échange. Pour cela, il faut donner un sens concret au souhait de développer les exportations en impliquant harmonieusement, dans un environnement clair et efficace, l'ensemble des auxiliaires à l'exportation, notamment les banques pour, par exemple, pour plus de facilités dans le traitement bancaires concernant les aspects relatifs aux délais de transfert des recettes, aux conseils et un meilleur accompagnement. Il faut une couverture adéquate du risque à l'exportation par la Cagex, une mise en place par les services des douanes de procédures de contrôle simples, avec un traitement privilégié sans oublier d'améliorer les infrastructures portuaires et aéroportuaires avec un accès facile.

Il faudrait tout simplement faire de ces auxiliaires à l'export, des leviers de compétitivité pour nos entreprises à l'international.

La création de chambres de commerce mixtes avec les marchés cibles est également souhaitée par les experts et les exportateurs. Pensez-vous que cela va booster l'export ?

La chambre de commerce mixte, une structure importante, sur laquelle beaucoup de pays s'appuient pour développer le commerce extérieur, c'est donc une action, si elle s'inscrit dans une politique bien élaborée, qui pourrait jouer le rôle d'accélérateur d'affaires dont le principal objectif serait de promouvoir le made in Algeria et aider les produits algériens à se faire connaître en dehors de leurs frontières, et, d'autre part, encourager les entreprises du pays partenaire à s'implanter en Algérie, nouer des partenariats et transférer leur savoir-faire pour booster l'économie de notre pays, donc un rôle important aussi dans l'attrait ces IDE. C'est donc une piste sérieuse à travailler.

Faut-il aller vers toutes les régions, ou cibler celles où le produit algérien a toutes ses chances?

On parle d'exporter, mais on ne précise pas quelle est la région cible (Afrique-UE..) ni quels sont les produits que l'Algérie peut mettre sur le marché extérieur, notre production nationale est-elle «prête» à concurrencer sur leur terrain les produits de l'UE par exemple ?

A travers votre question, vous touchez le fond de la problématique de l'export alors que, normalement, la première chose que les responsables auraient dû faire, c'est déjà essayer d'identifier, de recenser

de quantifier notre potentiel ou notre offre exportable. Une fois notre offre identifiée, on passera à l'approche marché, en ciblant les marchés porteurs, intéressants, accessibles, pour pouvoir justement positionner notre offre pour répondre à des besoins identifiés, non satisfaits ou partiellement satisfaits par la concurrence. Justement, ce sont toutes ces actions que je viens de citer qui permettront de construire et d'asseoir la stratégie export.

La certification et la qualité sont deux conditions pour exporter vers les marchés européen et arabe. Avons-nous un label crédible à l'international ?

Vous devez savoir que pour réussir à l'international, l'entreprise doit absolument maîtriser les quatre paramètres de production, à savoir, la quantité, la qualité, le coût et les délais, aujourd'hui, la qualité est un paramètre important de compétitivité mais qui reste, avec la forte concurrence à l'international, insuffisant, donc une condition nécessaire mais pas suffisante.

il faut passer par la certification, une forme d'assurance pour le consommateur, et qui est considérée comme un passeport indispensable, pour que notre offre exportable puisse traverser certaines frontières pour ne pas dire la majorité.

D'ailleurs l'élaboration d'un programme national de certification de notre offre est nécessaire pour accompagner nos entreprises qui ambitionnent d'aller à l'international, mais encore une fois, cette action doit s'enregistrer dans le cadre de la stratégie nationale de développement des exportations hors-hydrocarbures, et non pas comme action isolée.

L'export des services, on n'en parle presque pas,

avons-nous une politique nationale en ce sens ?

Effectivement, La promotion des exportations des services occupe une place de choix dans les stratégies de développement des exportations de nombreux pays. Si je prends le cas d'un pays comme la Tunisie, sa contribution dans la croissance du PIB est de 69% et dans le total des exportations de 27%.

En Algérie, très souvent, le secteur des services n'est pas pris en considération quand on parle d'export, alors qu'il y a un certain nombre d'entreprises algériennes spécialisées dans les activités relatives aux conceptions et développement de logiciels, dans le consulting, installation, support technique, maintenance, le traitement, analyse, l'extraction des données, l'assistance à la prise de décision, le conseil, ou encore l'aide à la vente, les call center, etc..., un réel potentiel, à organiser, structurer et accompagner à l'international.

Pour cela, notre association l'ACE appelle à la mise en place d'une stratégie d'exportation de services, qui sera une composante du projet de promotion des exportations hors hydrocarbures, qui découlera d'un processus crédible de consultations permettant ainsi de faciliter la contribution des acteurs privés notamment, au développement économique et à la compétitivité à l'international du secteur concerné, bien sûr, avec un travail collaboratif entre le secteur public et le secteur privé, d'ailleurs, on devrait bannir cette distinction entre secteurs, de nos réflexions.

Terminons cette interview par votre avis sur un sujet d'actualité, et je veux parler des licences d'importation et d'exportation?

Les Etats interviennent, très souvent dans le commerce extérieur au moyen d'instruments de protection "directs" ou "indirects", et ce, avec des objectifs "variés", les plus courants, visent à "réguler" et à "contrôler" la facture des importations, à "protéger" la production locale et à la "diminution" du déficit commercial. Des pays dit libéraux, même leaders de cette doctrine libérale, ont recours à certaines formes de "protectionnisme", invoquant une "concurrence déloyale" ou des pratiques de "dumping".

Mais une licence d'importation est-elle une solution salvatrice ?

Je pense, honnêtement, que cette mesure va créer un "désordre important" dans un marché qui sort totalement du contrôle de l'Etat, provoquant une situation

"de pénurie" qui conduira, de fait, à une "flambée des prix" qui touchera automatiquement le pouvoir d'achat des citoyens. Aujourd'hui, c'est la logique du marché qui prévaut avec l'un de ses principes, la liberté des prix, soumis à la règle de l'offre et de la demande, un marché "sous le diktat des grands commerçants, importateurs, spéculateurs et autres acteurs, en l'absence du rôle régulateur de l'Etat". Aussi, est-il temps d'organiser le secteur du commerce extérieur, l'inscrire dans une autre démarche, parce que les mesures restrictives comme les licences d'importation ont montré "leurs limites par le passé" et souffrent d'un "discrédit certain" auprès des différents acteurs et opérateurs économiques nationaux.

Le succès de cette nouvelle démarche souhaitée par le

gouvernement algérien repose sur des paramètres de neutralité et d'une administration juste et équitable. Nous connaissons tous le mal qui ronge l'Algérie et, notamment son administration, vous m'aurez compris, je parle de la corruption, pots-de-vin, malversations, etc. Comment réussir, dans ce cas-là, pareil projet qui repose essentiellement sur des critères qui, de nos jours, sont d'une rareté flagrante?

Pour cela, nous recommandons que d'autres formes de protectionnisme puissent être actionnées de façon "intelligente" et "ciblées" par famille de produits ou par secteurs d'activités, en concertation avec nos commerçants et importateurs.

Entretien réalisé par Sara Chabi

Algérie conseil export (ACE) est une association nationale, professionnelle, née en 2013, constituée d'experts, conseillers et de formateurs qui s'engagent à dynamiser et à aider à rendre performantes, les entreprises algériennes désireuses de se lancer à l'international. A.C.E ambitionne à regrouper le corps des conseillers et de formateurs, donc une expertise diversifiée dans différents métiers de l'export pour devenir un partenaire privilégié dans l'accompagnement et la mise en œuvre de la politique de l'export en Algérie.

D'autres objectifs ont été le leitmotiv dans la création de cette organisation. Il s'agit d'être un partenaire stratégique dans la

mise en œuvre de la politique export en Algérie, aider au développement et au renforcement des capacités de nos entreprises à l'international, participer à la mise en place d'une charte nationale de l'exportation, être un interlocuteur de proximité.

Elle contribue également à aider à l'encadrement et à la formation des principaux acteurs des entreprises exportatrices, à la participation aux différentes manifestations dans le domaine de l'export, à l'organisation de portes ouvertes pour la sensibilisation à l'export et à la création des cellules de réflexion avec d'autres partenaires sur la réglementation dans le domaine de l'exportation.

C. A.