

Université d'Alger 3
Faculté des Sciences Economiques, Science Commerciales et
Sciences de Gestion.

**Impact des Accords d'Association sur l'efficience
des entreprises Algériennes :
Etude économétrique et statistique.**

**Mémoire présenté en vue de l'obtention d'un magistère en
Economie Quantitative.**

Membre du Jury :

Mr. A.Raad (Président)

Mr. B.Kechroud (examineur)

Présenté par :
Annabi Lynda

Encadreur :
Dr.Messar Moncef

2011/2012.

<u>Introduction générale</u>	a
<u>Chapitre I : les accords d'association.</u>	
Introduction	2
<u>Section 1 : les accords d'association en général</u>	
1.1 Les accords d'association.....	3
1.2 Les différentes coopérations internationales de l'Algérie.....	4
<u>Section 2 : la ZALE</u>	
2.1 La zone arabe de libre échange (ZALE).....	5
2.2 Les échanges entre l'Algérie et les pays membre de la ZALE.....	6
2.3 L'impact de la ZALE sur l'industrie Algérienne.....	10
2.4 L'impact de la ZALE sur l'agriculture Algérienne.....	12
2.5 L'impact de la ZALE sur le secteur de la pêche.....	13
<u>Section 3 : l'accord d'association avec l'UE</u>	
3.1 L'accord d'association avec l'UE.....	13
3.2 Les échanges entre l'Algérie et l'UE.....	19
3.3 L'impact de l'accord d'association sur l'industrie Algérienne.....	26
3.4 L'impact de l'accord d'association sur l'agriculture Algérienne...	30
Conclusion	33
<u>Chapitre II : les outils statistiques et économétriques utilisés en sondage.</u>	
Introduction	36
<u>Section 1 : Outils statistiques utilisés en économie quantitative</u>	
1.1 Mesure de tendance centrale.....	36
1.2 Mesure de variabilité	36
1.3 Autres indicateurs statistiques.....	37
1.4 Population et unités statistiques.....	37
1.5 Modes de regroupement des unités statistiques.....	38

1.6 Les procédures expérimentales.....	38
1.7 Panorama des tests statistiques utilisables dans les études.....	38
1.8 Principe d'Estimations Non Paramétriques.....	45

Section 2 : l'élaboration et la codification d'un questionnaire

2.1 L'étude quantitative.....	45
2.2 Le questionnaire.....	46
2.3 Les différents types de questions.....	46
2.4 L'agencement des questions.....	47
2.5 Les étapes à suivre dans l'élaboration d'un questionnaire.....	48
2.6 Les échelles de mesure et de notation.....	49
2.7 La codification du questionnaire.....	51
2.8 L'administration du questionnaire.....	51

Section 3 : l'analyse statistique des données de l'enquête

3.1 La présentation des données.....	53
3.2 Les différents types d'analyse statistique.....	53
3.3 La formulation des hypothèses.....	54
3.4 Le seuil de confiance et le seuil de signification.....	54
3.5 Le tri à plat et le tri croisé.....	55
3.6 Les différents tests univariés.....	55
3.7 Les différents tests bivariés.....	56
3.8 Les différents tests multivariés.....	57

Section 4: les modèles à variable qualitatives

4.1 Modèles dichotomiques univariés.....	58
4.2 Modèles Logit et Probit.....	59
4.3 Comparaison des modèles probit et logit.....	60
4.4 Estimation et interprétation des paramètres des modèles dichotomiques.....	61
Conclusion.....	62

Chapitre III : Cas pratique : l'impact des accords d'association sur l'efficience des entreprises Algérienne : étude économétrique et statistique.

Introduction..... 64

Section 1 : Le questionnaire et son traitement

1.1 Le choix du questionnaire..... 64

1.2 L'objectif du questionnaire..... 64

1.3 Le mode d'exploitation du questionnaire..... 64

1.4 Le dépouillement du questionnaire..... 64

1.5 La saisie du questionnaire..... 65

1.6 Le traitement du questionnaire..... 65

Section 2 : Le résultat du traitement du questionnaire

2.1 Tri à plat..... 65

2.2 Tri croise 76

2.3 Analyse des réponses du questionnaire 88

Section 3 : Analyse des données à l'aide de la régression logistique

3.1 Les variables du modèle..... 94

3.2 Le choix du modèle..... 97

3.3 Analyse des paramètres du modèle..... 103

Conclusion..... 107

Conclusion générale..... 110

Bibliographie

Annexes

Introduction générale

Au cours de ces dernières années, a fleuri un certain nombre de croyances mêlant en des dosages variables : ouverture, compétitivité, croissance, développement, etc. Les propositions du Consensus de Washington, popularisées en Conditionnalités du FMI, ont fourni à de nombreux pays du Tiers-monde, une ligne de conduite de leurs affaires que nombre d'entre eux ont hâtivement assimilées à une nouvelle stratégie de développement.

L'Algérie a expérimenté durant un quart de siècle, le socialisme et la planification centralisée, elle réalisa enfin qu'elle a emprunté une voie sans issue dont elle ne sortira qu'affaiblie et désorientée, avec l'aide du FMI. En effet, la sortie de crise a été réalisée au prix de l'option socialiste, de la planification, de l'industrialisation et du plein-emploi, engageant le pays sur la voie d'une « transition vers l'économie de marché » qu'il emprunte en tâtonnant et sans conviction.

L'Etat, unique acteur de l'économie, ayant arrêté d'investir, le pays tout entier se retrouve paralysé et entame un pernicieux processus de désinvestissement (fermeture de nombreuses entreprises et départ de firmes étrangères). Ce n'est qu'en arrivant au seuil de la faillite vers le milieu des années 90, que le pays se résout à quelques initiatives telles que : ouverture au capital national, attraction du capital étranger, adhésion à l'OMC ou signature d'accords d'association. De tous ces objectifs, seul celui des accords d'association avec l'UE (signé en 2002 et entrée en vigueur en 2005) et avec les pays arabes (signé en 1981 et entrée en vigueur en 2009) a pu aboutir; quant aux autres, on pourrait parler d'échec, dans la mesure où :

- 1) l'Algérie n'est pas encore membre de l'OMC,
- 2) l'investissement privé national reste très en deçà de ce qui est attendu,
- 3) le pays attire peu d'IDE et ceux-ci se concentrent surtout dans le secteur des hydrocarbures.

Et c'est ainsi que le simple aboutissement de l'accord d'association avec l'union européenne et avec les pays arabes devient l'arbre qui cache la forêt, ses avantages sont surdimensionnés et ses inconvénients minimisés.

A partir de là, plusieurs questions nous viennent à l'esprit :

L'accord serait une nouvelle voie qui s'ouvre devant le pays et il apportera des solutions à ses nombreux problèmes ? Le retard de la ratification des accords serait-il dû à des difficultés techniques de mise en oeuvre ou bien traduirait-il une prise de conscience tardive de l'Algérie de s'être engagée dans un marché de dupes ? Qu'apportent les accords d'association à l'Algérie ? Quel est leur impact sur l'efficience des sociétés algérienne ? Et quelles sont ses variables explicatives ?

La question qui nous intéressera, que nous étudierons, et qui sera la problématique de notre présente étude est : **y a-t-il des variables explicatives d'un éventuel impact positif des accords d'association sur l'efficience des entreprises Algériennes?**

Les hypothèses émises sont :

H0: aucune variable n'explique l'impact positif, et donc, les accords d'association ont un impact négatif sur l'efficience des entreprises Algériennes

H1 : une ou plusieurs variables expliquent l'impact positif des accords d'association sur l'efficience des entreprises Algériennes.

La méthodologie que nous allons utiliser, commencera par

1/ Le choix du sujet : il doit être déterminé à partir des centres d'intérêt personnels et doit recevoir, quant à son thème et quant à son étendue, l'aval du directeur de mémoire pressenti qui appréciera le caractère pertinent de ces choix.

2/ Les étapes de recherche :

- Le recensement des sources : La première étape dans le traitement du sujet consiste à rassembler la documentation, les matériaux nécessaires au traitement du sujet.

- L'exploitation des sources : Les documents concernant le sujet rassemblés doivent faire l'objet d'un traitement c'est-à-dire lus, puis rapprochés ou opposés au regard du sujet traité.

3/ La construction du plan : Le plan doit servir de structure à une démonstration ou à une étude. Son articulation dépend donc étroitement du sujet abordé et de la démarche pour laquelle on a opté. Le plan retenu doit présenter certaines caractéristiques :

- * IL doit être équilibré en quantité et en intérêt,
- * Les parties et les autres subdivisions doivent se répondre (il faut établir un balancement),
- * Les intitulés doivent reprendre les termes du sujet.

4/ La rédaction :

- Sur la forme : Il faut remettre un travail soigné dans sa présentation.
- Sur le fond : Il faut faire preuve de précision non seulement dans les notions utilisées mais également dans le maniement des ressources documentaires.

La présente thèse sera constituée de trois différents chapitres ;

Le premier chapitre aura pour but d'expliquer le sens d'un accord d'association, d'étudier les différents accords d'association, leur impact sur les secteurs économiques.

Le second abordera les techniques de sondage et d'échantillonnage, les différents outils statistiques, et les modèles à variables qualitatives.

Enfin, le troisième, sera dédié à la partie pratique de ce travail, c'est-à-dire l'étude des résultats du sondage à l'aide de différents outils statistiques, voir s'il y a des variables qui peuvent expliquer l'impact positif des accords d'association.

Du fait que les Accords d'association ne sont entrés en vigueur que depuis un nombre d'années réduit, les études sur cette question ne commencent qu'à se développer. Les ouvrages ne sont pas encore disponibles, n'existent que quelques conclusions et rapports du ministère du commerce algérien, de l'agence nationale de promotion du commerce extérieur, et quelques brèves contributions sur le web.

Chapitre I :

Les accords

d'association.

Introduction

Afin d'étudier l'impact des accords d'association sur l'efficience des entreprises algériennes, nous devons comprendre la signification d'un accord d'association et en connaître les différents types. Comment un accord d'association va lier un ou plusieurs pays, dans différents domaines, et différents secteurs, quel est son impact sur les importations et les exportations, tels sont les questions auxquelles il convient d'apporter des réponses sur les différents secteurs économiques. De ce fait, Il est important d'avoir une idée sur les différents types d'accord d'association que l'Algérie a signé, et mesurer ces impacts.

Afin d'étudier l'impact des accords d'association sur l'efficience des sociétés Algériennes, il est clair que la première partie de cette étude devra être dédiée aux accords d'association, vu que ce sont les termes de ces accords et leurs types qui vont affecter l'économie des pays signataires, et qui parle d'économie d'un pays, parle forcément de ces acteurs principaux, et dans notre étude l'acteur principal est la société.

Avec l'entrée en vigueur des accords d'association, l'environnement extérieur de l'entreprise va changer, et cette dernière sera de s'adapter aux termes des accords, faute de quoi elle risquerait de disparaître.

Si l'impact est positif, ceci voudra dire que cette dernière est capable de faire face à la concurrence extérieure, et de se défendre dans un environnement international. En revanche, si l'impact est négatif, la société devra revoir sa stratégie, et devra se mettre à niveau, pour ne pas disparaître.

Section 1 : Les accords d'association en général

1.1 Les accords d'association

Les accords d'association constituent le cadre juridique de l'association entre deux ou plusieurs parties. Les accords en général de leur terme traitent des

relations politiques et économiques entre les partenaires et ont comme objectif de créer un environnement approprié pour l'intégration progressive des pays candidats dans une communauté dans le cadre d'une approche globale. L'objectif étant de soutenir et d'accompagner leur développement économique et social. Les accords visent à établir une zone de libre-échange à un horizon défini, prévoyant la libéralisation des échanges de produits et la coopération économique dans un grand nombre de domaines. Les accords d'association couvrant la plupart des domaines liés à l'acquis communautaire, ont été utilisés pour aider les pays candidats à établir leur programme national de reprise de l'acquis et à intégrer les règles juridiques communautaires avant leur adhésion. Les accords d'association sont le moyen entrevu pour réaliser les objectifs du Processus de Barcelone qui se déploient en trois volets¹ :

- Un volet politique qui vise à définir une aire de paix et de stabilité par l'approfondissement du dialogue politique et sécuritaire.
- Un volet économique qui implique la mise en place d'un partenariat économique et financier qui va conduire à intégrer davantage les PTM (Pays du Tiers-Monde) dans l'aire de la communauté
- Un volet social, culturel et humain où l'on oeuvrera à rapprocher les peuples.

Seul le volet économique nous intéresse ici et sa manifestation la plus visible est le démantèlement tarifaire. L'accord d'association est suivi avec grand intérêt par les Algériens qui appréhendent les conséquences de la suppression/réduction des droits de douane, chacun étant convaincu qu'à l'ouverture l'économie nationale sera envahie par les produits européens, mettant à mal les entreprises nationales et l'emploi.

1 : Kheladi Mokhtar, Rapport sur l'Accord d'association Algérie-UE, année 2007

1.2 Les différentes coopérations internationales de l'Algérie²

1.2.1 Conventions d'assistance mutuelle

Ces conventions portent sur un engagement d'assistance administrative entre les administrations douanières des gouvernements signataires de la convention. Elles ont en vue de prévenir, de rechercher et de réprimer les infractions douanières. Nous pouvons trouver deux sortes de conventions :

1- conventions bilatérales :

L'Algérie a signé des conventions bilatérales avec plusieurs pays :

Tableau 1 : les conventions bilatérales signées par l'Algérie³

Pays	Date de signature
Afrique du sud	28 Avril 1998
Egypte	31 juillet 1996
Espagne	16 septembre 1970
France	10 septembre 1985
Italie	15 avril 1986
Jordanie	16 septembre 1997
Libye	3 avril 1989
Mali	4 décembre 1981
Maroc	24 avril 1991
Mauritanie	14 février 1991
Nigeria	12 mars 2003
Syrie	14 septembre 1997
Tunisie	9 janvier 1981
Turquie	8 septembre 2001

source : site de la Douane Algérienne : www.douane.gov.dz, 2010

Ce tableau nous montre toutes les conventions bilatérales qui lient l'Algérie avec d'autres pays, le premier en date est avec l'Espagne en 1970, le dernier est avec le Nigeria en 2003.

2 : www.douane.gov.dz, 2010.

3 : www.douane.gov.dz, 2010.

2- conventions multilatérales :

L'Algérie a signé des conventions multilatérales avec :

Tableau 2 : les conventions multilatérales signées par l'Algérie⁴

Pays	Date de signature
Communauté Européenne	22 avril 2002
L'union de Maghreb Arabe	2 avril 1994

source : site de la Douane Algérienne : www.douane.gov.dz, 2010

L'Algérie a signé deux conventions multilatérales, une avec la communauté Européenne, et l'autre avec les pays arabes.

1.2.2 Coopération commerciale

Compte tenu de l'évolution de leurs économies respectives, ainsi que celle de l'économie mondiale, l'Algérie a signé une convention de coopération commerciale avec la Jordanie, le 19 mai 1997. Ces deux signataires étaient convaincus de la nécessité de développer et d'élever le volume de leurs échanges commerciaux sur la base de l'égalité et des intérêts mutuels.

Section 2 : La ZALE

2.1 La zone arabe de libre échange (ZALE)

La ZALE porte sur une convention de facilitation et de développement des échanges commerciaux entre les Etats arabes. Elle a été signée le 27 février 1981. Au sens des dispositions de la convention et de son Programme exécutif, tous les produits originaires peuvent être échangés sous un régime tarifaire préférentiel entre l'Algérie et les États Arabes à l'exception des produits figurant sur l'annexe 01 de cette convention. Cette liste (384 sous-positions tarifaires) concerne les produits exclus de l'avantage préférentiel accordé dans le cadre de la Zone Arabe de Libre Échange pour des raisons religieuses, sanitaires, sécuritaires et environnementales, d'autres listes viennent s'y ajouter une année après l'entrée en vigueur de cet accord soit en janvier 2010.

4 : www.douane.gov.dz, 2010.

2.1.1 Régime tarifaire préférentiel applicable aux produits originaires des États arabes importés en Algérie ⁵ :

Tous les produits non exclus de la Zone Arabe de Libre Échange originaires des États arabes sus-indiqués bénéficient à leur importation en Algérie de l'exonération totale des droits de douanes à partir du 1er janvier 2009.

2.1.2 Régime tarifaire préférentiel applicable aux produits originaires d'Algérie exportés vers les États arabes ⁶ :

Les produits d'origine algérienne non exclus de la Zone arabe de libre échange bénéficient du même traitement préférentiel à leur importation dans un État arabe, à savoir l'exonération totale et immédiate de droits de douane.

2.2 Les échanges entre l'Algérie et les pays membre de la ZALE

Tous les produits non exclus de la zone arabe de libre échange originaire des états arabes bénéficient à leurs importations en Algérie de l'exonération totales des droits de douane. Les produits d'origine algérienne non exclus de la ZALE bénéficient du même traitement préférentiel à leurs importations dans un état arabe.

2.2.1 Les importations

Ce ne sont pas tous les produits importés par L'Algérie des pays arabes membres de la ZALE qui sont concernés par l'avantage préférentiel. Début 2010, La "liste négative" des produits exclus des avantages accordés dans le cadre de la Zone arabe de libre-échange a été revue à la hausse. Cette mesure a été prise, pour diminuer les importations en provenance des pays de la ZALE.

5 : www.promex.dz (agence nationale de promotion du commerce extérieur), 2010.

6 : www.promex.dz (agence nationale de promotion du commerce extérieur), 2010.

Tableau 3 : comparaison des importations dans le cadre de la ZALE ⁷

Valeur en Milliers USD

	Année 2008	Année 2009	Année 2010
	Valeur	Valeur	Valeur
Liste des produits soumis à la ZALE	1 055 077	1 582 074	886 900
Liste des produits non concernés par la ZALE	39 305	22 920	778 100
Importation globales ZALE	1 094 382	1 604 994	1 665 000

source : site de la Douane Algérienne : www.douane.gov.dz, 2010

Les produits importés en Algérie bénéficiant du démantèlement des droits de douane prévu par l'accord de la Zone arabe de libre-échange (ZALE) ont atteint 886,9 millions ⁸ de dollars en 2010 contre près de 1,6 milliard de dollars en 2009, soit une baisse de 44,56%. Les importations globales de l'Algérie de cette zone ont atteint 1,66 milliard de dollars en 2010, contre 1,6 milliard⁹ de dollars en 2009, en hausse de 2,6%. Pour les produits soumis aux accords de la ZALE, leur importation a baissé, par contre les produits non soumis aux accords de la ZALE, leur importation a augmenté. Nous nous attendions à des résultats à l'opposé de la réalité, c'est-à-dire nous pensions qu'il y aurait une augmentation de l'importation des produits soumis aux accords, vu qu'ils sont devenus moins chers avec le démantèlement tarifaire immédiat.

L'Algérie a décidé de porter à 1.511 le nombre d'articles interdits à l'importation dans le cadre de la ZALE. Cette « liste négative » était de 1.141 produits début janvier 2010 sur un total de 6.000 produits classés dans la nomenclature. Après avoir relevé que les importations de la ZALE constituaient une grande menace pour la production nationale, le gouvernement avait exclu une liste de 1.644 produits des avantages douaniers prévus par l'accord de la ZALE sur un total de près de 6.000 produits enregistrés dans la nomenclature du tarif douanier algérien.

⁷ : www.douane.gov.dz, 2010

⁸ : www.douane.gov.dz, 2010

⁹ : www.douane.gov.dz, 2010

Le manque à gagner en droits de douane résultant de l'octroi d'avantages préférentiels aux marchandises des pays de la ZALE est évalué à 10,4 milliards de dinars¹⁰. L'évolution des importations algériennes en provenance de cette région « est relativement faible » par rapport à 2009, l'année ayant vu l'Algérie adhérer à la ZALE. Ces importations ont atteint 1,6 milliard de dollars en hausse de près de 511 millions¹¹ de dollars (+46,6%) par rapport à 2008.

La Tunisie occupe toujours la place de premier client, avec une valeur de 26,8 millions de dollars¹², contre 17 millions de dollars¹³ au cours du 1er semestre 2009. Il est à remarquer un glissement de position du Maroc de la 3e vers la 5e place.

2.2.2 Les exportations

Pour les exportations algériennes, hors hydrocarbure, vers les pays de la ZALE une forte diminution de l'ordre de 49,44% a été enregistrée entre les années 2008 et 2009. La baisse des exportations a créé des pertes significatives à l'économie nationale. Cette baisse des exportations s'explique par des mesures prises par certains pays membres de la ZALE. Ces pays bénéficient d'une liste de produits interdits à l'importation dans le but de protéger leur production nationale. Il s'agit notamment du Maroc (804 produits), de l'Egypte (709), de la Syrie (255), de la Tunisie (161), du Liban (41) et la Jordanie (35).

Tableau 4 : comparaison des exportations hors hydrocarbure de l'Algérie dans le cadre de la ZALE¹⁴

10 : Rapport préparé par l'étudiante

11 : Rapport préparé par l'étudiante

12 : Rapport préparé par l'étudiante

13 : Rapport préparé par l'étudiante

14 : www.douane.gov.dz, 2010

Valeur en Milliers USD

	Année 2008	Année 2009	Année 2010
	Valeur	Valeur	Valeur
Exportations globales vers la ZALE	246 730	535 000	825 600

source : site de la Douane Algérienne : www.douane.gov.dz, 2010

En 2010, les exportations algériennes vers la grande zone arabe de libre-échange ont atteint 825,6 millions¹⁵ de dollars, contre 535 millions¹⁶ de dollars en 2009, soit une hausse de 54,3%.

Les exportations algériennes hors hydrocarbures ont enregistré une hausse appréciable, Cette progression est justifiée notamment, par l'apparition du sucre, principal produit exporté au 1er semestre 2010, avec 45,26 millions de dollars¹⁷, en revanche, une baisse des principaux produits hors hydrocarbures exportés vers la Zale, comme les dérivés sulfonés, nitrés ou nitrosés des hydrocarbures — les pneumatiques neufs en caoutchouc — les ciments hydrauliques — les déchets, débris de fonte, de fer ou d'acier. Cette baisse est contrebalancée par les exportations de verre plat, des préparations pour lessives, les oignons et échalotes. Le marché de l'Algérie au sein de la ZALE est à 80% dominé par la Tunisie, la Libye, la Jordanie, le Soudan, le Maroc et les Émirats arabes unis.

2.2.3 La balance commerciale

La balance commerciale est largement en faveur des pays arabes. Les importations de l'Algérie en provenance des pays arabes ont atteint 1,66 milliard de dollars (voir tableau 1) en 2010, contre 825,6 millions (voir tableau 2) d'exportation. En sus de la hausse des importations assortie d'une baisse des exportations, les services des Douanes accusent un manque à gagner estimé à 10,4 milliards¹⁸ de dinars.

15 : www.douane.gov.dz, 2010

16 : www.douane.gov.dz, 2010

17 : Centre National de l'Informatique et des Statistiques

18 : Rapport préparé par l'étudiante

2.3 L'impact de la ZALE sur l'industrie algérienne

En 2009, les produits industriels exportés vers la ZALE, sont d'une valeur de 33 millions ¹⁹USD, ce qui représente 66 % des exportations hors hydrocarbure vers cette zone et ont diminué de 69,5 % par rapport à 2008. Concernant les produits industriels, il est à noter que Le zinc, les déchets et rebus de papier, et les demi-produits en fer ou en acier ne bénéficient pas de l'avantages préférentiel. Et pour les produits manufacturés, le verre plat, les préparations pour lessives, les articles d'emballage ou de transport, les ouvrages en plâtre, les médicaments, et les charpentes métalliques ne bénéficient pas de l'avantage préférentiel.

Tableau 5 : exportation des produits industriels ²⁰
Valeur : Millions USD

	Part du total industriel %	Valeur 2009	Valeur 2008	Pays destinataires
Zinc et alliages de zinc	15,3	5	16,4	Maroc (97,3 %) Tunisie (2,7 %)
Dérivés sulfonés	12,6	4	5,5	Tunisie (100 %)
Ciment	9,7	3,2	0,4	Mauritanie (75 %) Tunisie Libye
Déchets de fer ou d'acier	6	2	7	Egypte (55 %) Liban (20,6 %) Emirats Arabes Unis (17,8 %) Jordanie (6,3 %)
Pièces détachées	3	1	0	Emirats Arabes Unis (100 %)

Source : site de l'agence nationale de promotion du commerce extérieur :www.promex.dz, 2010

La majorité des produits industriels, ont vu leur exportation diminuer, sauf pour le ciment et les pièces détachées pour lesquels nous constatons une augmentation en 2009 par rapport à 2008.

La plus grande baisse est pour le zinc et alliages de zinc, la majorité de l'exportation de ce produit a été faite vers le Maroc.

19 : Centre National de l'Informatique et des Statistiques

20 : www.promex.dz, 2010

Les restrictions d'importation dans les différents pays membre de la ZALE sont mises en place pour protéger leur industrie en diminuant leur importation de produits industriels, et ceci se répercute sur les exportations algériennes de produits industriels.

Tableau 6 : exportation des produits manufacturés ²¹

Valeur : Millions USD

	Valeur		Pays destinataires
	2009	2008	
Pneumatiques en caoutchouc	4,5	8	Libye (57 %) Arabie Saoudite (13,6 %) Emirats Arabes Unis (11 %)
Objets en verre	2	0	Tunisie (96,3 %)
Bonbonnes en plastiques	1,2	0	Libye (64 %) Tunisie (34 %)

Source : site de l'agence nationale de promotion du commerce extérieur :www.promex.dz, 2010

Nous constatons de ce tableau, une augmentation de l'exportation des produits manufacturés en verre et en plastique, par contre l'exportation des pneumatiques en caoutchouc a baissé. Les objets en verre sont exportés en majorité vers la Tunisie, et les bonbonnes en plastiques, sont exportées vers la Libye et la Tunisie.

Globalement, les produits manufacturés sont exportés vers les pays africains membres de la ZALE.

2.4 L'impact de la ZALE sur l'agriculture algérienne

En 2009, Les produits agricoles et agro-alimentaires occupent une part de 31,75 % du total des exportations hors hydrocarbure vers la ZALE, c'est-à-dire une valeur de 15,8 millions USD²².

21 : www.promex.dz, 2010

22 : Centre National de l'Informatique et des Statistiques

A noter que le sucre, les oignons et échalotes, l'huile de tournesol, les dattes, le yoghourt, les concentrés de tomates, les biscuits, et les glaces, ne bénéficient pas de l'avantage préférentiel.

Tableau 7 : exportation des produits agricoles et agroalimentaires²³

Valeur : Millions USD

	Part du total agricole et agro-alimentaires %	Valeur		Pays destinataires
		2009	2008	
Truffe	74,4	12	1	Koweït (37,5 %) Syrie (32 %) Qatar (12,8 %)
Yoghourt	6,7	1	0,6	Libye (100 %)
Oignons et échalotes	6	1	2,6	Tunisie (100 %)
Couscous et pâtes alimentaires	5,5	0,9	0,4	Mauritanie (75 %) Tunisie Libye

Source : site de l'agence nationale de promotion du commerce extérieur :www.promex.dz, 2010

Les exportations algériennes vers les pays membre de la ZALE sont marquées par une forte augmentation concernant les truffes. Les pays importateurs de la truffe algérienne sont le Koweït, la Syrie et le Qatar.

Une légère augmentation des exportations est constaté pour les Yoghourts avec comme pays destinataire la Libye, et le couscous et les pâtes alimentaires majoritairement exportés vers la Mauritanie.

Le secteur de l'agriculture et de l'agro-alimentaire n'est pas assez développé en Algérie, pour pouvoir concurrencer les autres pays de la ZALE dans ce même secteur.

2.5 L'impact de la ZALE sur le secteur de la pêche

En 2009, l'exportation des produits de la pêche vers les pays de la ZALE occupe une part de 0,1 % du total des exportations algériennes hors hydrocarbure vers

23 : www.promex.dz, 2010

cette zone, et est évaluée à 0,053 million USD ²⁴ contre près de 1 million USD²⁵ en 2008, soit une diminution de 94 % en valeur.

Le thon en conserve exporté ne bénéficie pas de l'avantage préférentiel.

Les principaux produits exportés en 2009 sont notamment ²⁶ :

- Les poissons frais ou réfrigérés : 43,10 % du total des produits de la pêche. Les exportations de poissons frais ou réfrigérés ont enregistré 23 000 USD (en 2009) contre 146 000 USD (en 2008).
- Les poulpes : 22,42 % du total des produits de la pêche. Les exportations s'évaluent à : 12 000 USD (en 2009) contre 36 000 USD (en 2008).

La destination des poissons frais ou réfrigérés et des poulpes est la Tunisie (100 %). Par ailleurs, pour l'année 2008, l'exportation des produits de la pêche est dominée par les escargots qui représentent une part de 76 % et dont la destination est la Tunisie.

Section 3 : l'accord d'association avec l'UE

3.1 L'accord d'association avec l'UE

Dès le début des années 70, la vieille division du monde entre l'Est et l'Ouest, héritée de l'après-guerre commence à se disloquer et le monde à se restructurer sur la base de critères d'essence plus économique que politique. Le processus est loin d'être achevé mais d'ores et déjà il se profile en perspective une reconfiguration en trois noyaux de puissance industrielle, très denses qu'on désigne par le nom générique de Triade. Autour des trois piliers de la Triade représentés par les Etats-Unis, l'UE et le Japon, gravite une nuée de nations qui va de PMA (pays les moins avancés) à pays émergents, avec tous les dégradés intermédiaires.

24 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

25 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

26 : www.promex.dz, 2010

L'Algérie a les potentialités d'un pays émergent et la réalité d'un PMA ; évoluant dans l'aire d'influence de l'UE avec laquelle elle réalise plus de la moitié de son commerce extérieur dont les 2/3 avec les trois pays de l'arc latin (Espagne, France, Italie). Le seul cadre qui a été donné à des relations économiques aussi intenses, est celui des Accords préférentiels signés en 1976 qui ouvrent totalement le marché européen aux produits algériens sans que la réciprocité ne soit vraie (l'Algérie pouvait appliquer des droits de douanes aux produits européens). Le pays n'exportant depuis cette époque quasi-exclusivement que les hydrocarbures et ses produits dérivés, l'occasion ne se présenta jamais de profiter de cet avantage accordé unilatéralement par l'UE.

En-dehors de ces accords, l'UE manifesta peu d'intérêt à ses partenaires du sud de la Méditerranée, notamment à un Maghreb empêtré dans de gros problèmes d'endettement extérieur, de chômage et de réformes laborieuses. Elle n'y revint avec un projet global qui implique l'ensemble des pays méditerranéens qu'en 1995, à l'occasion d'une réunion des ministres des Affaires étrangères des pays méditerranéens, à Barcelone.

Le « Processus » de Barcelone, qui en découla, doit préparer le terrain à la réalisation d'une zone de libre-échange euro-méditerranéenne et les accords d'association que l'UE va signer, séparément, avec chacun des pays tiers-méditerranéens en sont un jalon important. Les accords d'association préexistent au Processus de Barcelone, mais celui-ci les catalysa et leur fournit un cadre officiel. L'Algérie, prise dans le tourbillon du rééchelonnement, du terrorisme et du PAS, est l'un des derniers arrivés puisque son accord n'a commencé à prendre effet que le 1er septembre 2005.

Le pays n'étant pas encore membre de l'OMC, c'est à travers les accords d'association qu'il expérimente l'ouverture et la concurrence à grande échelle, car les règles qui s'y appliquent sont celles de l'OMC.

L'Accord d'association conclu entre l'Algérie et la communauté européenne, est entré en vigueur le 1er septembre 2005. Son but est d'établir progressivement une

zone de libre échange pendant une période de transition de douze années au maximum à compter de la date d'entrée en vigueur du présent accord.

Dans son titre II relatif à la circulation des marchandises, cet accord prévoit un certain nombre de dispositions douanières, certaines d'application immédiate, d'autres d'application différée.

Du document nous retiendrons les axes essentiels pour ce travail de recherche : les modalités de libéralisation des produits industriels, et des produits agricoles, le programme MEDA, le système des contingents, les règles d'origine, les mesures spécifiques ainsi que la circulation des capitaux.

3.1.1 La libéralisation des produits industriels

Pour les produits de l'industrie, le texte prévoit un démantèlement en trois étapes, portant chacune sur une liste de produits préalablement définie ; le taux zéro ne se réalisant qu'en 2017. Le processus se déroulera selon le calendrier suivant :

1ère étape : Dans une première étape, il sera procédé au démantèlement immédiat d'une liste de 2076 lignes tarifaires (assujetties aux droits de douane de 5 et 15 %). Cette liste touchera les matières premières ou produits bruts, ainsi que les matières non produites localement et destinées aux secteurs (demi-produits ou semi-finis) de l'industrie chimique, de la métallurgie, du textile, des matériaux de construction et de la céramique.

2ème étape : Au cours de la deuxième étape, il sera procédé au démantèlement d'une liste de 1100 lignes tarifaires, sur une période de 5 ans à partir de la 3ème année de l'entrée en vigueur de l'accord. La liste porte sur les biens d'équipements agricoles et industriels, ainsi que sur les produits pharmaceutiques, pneumatiques, équipements mécaniques, équipements électriques et électroniques hors électroménagers, matériel pour le transport ferroviaire, automobile et pièces détachées, instruments et appareils de contrôle et de mesure, les produits du groupe d'utilisation « énergie et lubrifiants ».

3ème étape : Au cours de la dernière période ; sur une période de 10 ans à partir de la 3ème année de l'entrée en vigueur de l'Accord ; on parachèvera le démantèlement du reste des produits inscrits au tarif douanier (produits finis), soit 1964 lignes tarifaires.

3.1.2 La libéralisation des produits agricoles

En ce qui concerne les produits de l'agriculture, l'accord prévoit l'élargissement des concessions à de nouveaux produits agricoles, à des produits agricoles transformés et aux produits de la pêche, en une période transitoire de 5 ans, à l'issue de laquelle les deux parties se retrouvent pour faire franchir une autre étape à la libéralisation. Dans l'immédiat, les produits ci-dessus énumérés bénéficient de l'une des concessions suivantes :

- Accès en franchise de droits de douanes ;
- Accès avec réduction partielle de droits de douane ;
- Accès en franchise de droit de douane avec des quotas tarifaires ou quantités de référence ;
- Accès en exemption de droits de douane mais avec un droit spécifique pour les produits agricoles transformés.

3.1.3 Le programme MEDA ²⁷

Le programme MEDA constituait le cadre financier principal de la coopération de l'Union européenne avec les pays méditerranéens, dans le cadre du partenariat euro-méditerranéen, avant son remplacement par l'Instrument européen de voisinage et de partenariat.

Pour la période 1995 - 1999, MEDA I était pourvu d'une enveloppe financière de 4,685 milliards d'euros, dont 3.4 milliards ont été effectivement engagés. Pour la période 2000-2006, l'enveloppe MEDA II était composée de 5.3 milliards d'euros.

27 : <http://fr.wikipedia.org>, 2010

L'objectif principal de ce programme était d'accompagner la transition économique des pays méditerranéens et, à terme, en 2010, de parvenir à mettre en place une zone de libre-échange.

3.1.4 Le système des contingents

Le contingentement tarifaire est un système de limitation des marchandises pouvant bénéficier de préférences commerciales. Il permet de limiter les quantités qui seront admises en réduction totale ou partielle des droits de douane.

Une fois le contingent atteint, les importations, ne seront pas refoulées, mais dédouanées dans les conditions de droit commun c'est à dire avec acquittement des droits et taxes inscrits au tarif.

L'octroi des préférences se fera selon le principe appelé « premier arrivé, premier servi » qui consiste à permettre le dédouanement des importations aux conditions privilégiées jusqu'à ce que les quantités fixées par le contingent soient atteintes. Les importations effectuées après la date d'épuisement du contingent sont admises avec paiement des droits et taxes.

En moyenne depuis la mise en œuvre de l'accord d'association à ce jour ²⁸:

- 45 produits ont vu leurs quotas expirés ce qui représente une proportion de 40% du total des produits agricoles. Il s'agit principalement des produits « dits » de large consommation qui sont épuisés dès les débuts de chaque nouvel an comme le sucre et le blé.
- 34 produits ont en majorité le quota à plus de 50%. Les principaux produits sont les légumes secs, et le riz.
- 30 produits ne sont toujours pas sollicités à ce jour comme les bovins reproducteurs de race pure, et les Viande et abats comestibles, de poules et de coqs.

28 : Kheladi Mokhtar, Rapport sur l'Accord d'association Algérie-UE, année 2007

3.1.5 Les règles d'origine

Pour éviter les pratiques spéculatives, il faut prouver l'origine algérienne et/ou communautaire des marchandises auxquelles s'appliquent les concessions tarifaires. C'est le principe de la règle d'origine qui est à la base de la formation des ensembles économiques.

Seules les marchandises d'origine algérienne ou communautaire peuvent bénéficier des préférences tarifaires prévues par l'Accord. A cet effet, la preuve de l'origine est constituée par le certificat de circulation EUR.1

Une marchandise donnée est considérée d'origine algérienne dans les cas suivants :

- Si elle a été produite en totalité sur le territoire algérien. Cette clause s'applique à une longue liste de produits dont les produits minéraux, les produits du règne animal, les animaux vivants, produits provenant d'animaux vivants...
- Si elle n'y a pas été produite mais y a subi une ouvraison suffisante, situation qui se réalise lorsque le produit obtenu est classé dans une position tarifaire différente de celle de la matière première utilisée.

3.1.6 Les mesures spécifiques

Les négociateurs ont prévu un certain nombre de situations où une entorse peut être faite à l'accord. Les mesures qui peuvent être prises en l'occurrence sont les suivantes :

A) Des mesures antidumping

En cas de dumping dommageable à une branche de production ou pouvant retarder la création de nouvelles branches, l'Algérie pourrait envisager des mesures anti-dumping, c'est-à-dire qu'elle pourrait rétablir les taxes sur les produits en litige.

B) Mesures compensatoires

Lorsqu'un pays de l'UE accorde des subventions à certaines branches de son industrie qui sont susceptibles de porter préjudice aux branches algériennes similaires, l'Algérie peut envisager d'appliquer à ces produits un droit de douane compensateur.

C) Mesures de sauvegarde

Si l'Algérie constate une forte augmentation de ses importations au point de devenir une menace pour une branche de production nationale, elle peut prendre des mesures de sauvegarde qui sont, toutefois, limitées dans le temps.

D) Mesures exceptionnelles

Si l'Algérie souhaite protéger des industries naissantes ou des secteurs en restructuration ou en difficultés, elle peut majorer le droit en vigueur sur les produits impliqués de 25 %, sous certaines conditions. Ces mesures sont également limitées dans le temps.

3.1.7 La circulation des capitaux

L'Accord garantit la libre circulation des capitaux et l'abolition de toute forme d'entrave au rapatriement des profits des entreprises européennes installées en Algérie et des entreprises algériennes installées en Europe.

3.2 Les échanges entre l'Algérie et l'UE

L'Algérie représente moins de 1 % du commerce extérieur de l'UE mais l'UE représente 55 % de celui de l'Algérie²⁹, ce qui fait que les chocs éventuels ne frapperont pas les deux parties avec la même intensité.

Nous ne pourrions expliquer autrement certaines clauses qui tiennent peu compte de la réalité de l'économie algérienne.

L'Algérie a introduit une demande auprès de l'Union européenne portant sur une révision du rythme de démantèlement des dispositions tarifaires et douanières relatives à l'Accord d'association entre les deux parties. Cette demande concerne essentiellement le report à 2020 du délai de démantèlement total des barrières au lieu de 2017, initialement prévu dans le cadre de l'Accord

29 : www.promex.dz, 2010

entré en vigueur le 1er septembre 2005. Cette démarche devrait permettre d'accorder une phase de transition supplémentaire aux entreprises algériennes pour se préparer à l'ouverture.

La balance commerciale de l'Algérie a enregistré un excédent de 12,039 milliards de dollars³⁰ durant les neuf premiers mois 2010 contre 432 millions de dollars³¹ durant la même période en 2009.

Tableau 8 : volume des importations et des exportations de l'Algérie ³²

	UE	USA	China	Turquie	Canada	Brésil	Japon	Inde	Russie	Ukraine	Argentine	Pays méditerranéens
Algérie	48.6 %	20.8 %	4.2%	3.7%	5.9%	3.4%	1.4%	0.5 %	1.2%	1.2%	0.9%	2.7%

Source : CIHEAM, année 2010

Nous constatons que l'UE est à la première place dans les échanges commerciaux avec 48.6%. Ceci peut s'expliquer par le fait que l'Algérie est proche géographiquement de l'UE.

En deuxième position nous trouvons les USA, suivi de loin par le Canada, la Chine et la Turquie.

3.2.1 Les importations de l'Algérie à partir de l'UE

Les importations de l'Algérie ont continué de baisser au cours de l'année 2010, passant à 29,379 milliards de dollars³³ contre 30,270 milliards de dollars³⁴ en 2009, soit une baisse de 2,94%. Cette baisse est le résultat des diminutions enregistrées notamment pour deux groupes de produits. Il s'agit du groupe des biens de consommation non alimentaires avec -9,74% (avec un total de 4,26 mds

30 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

31 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

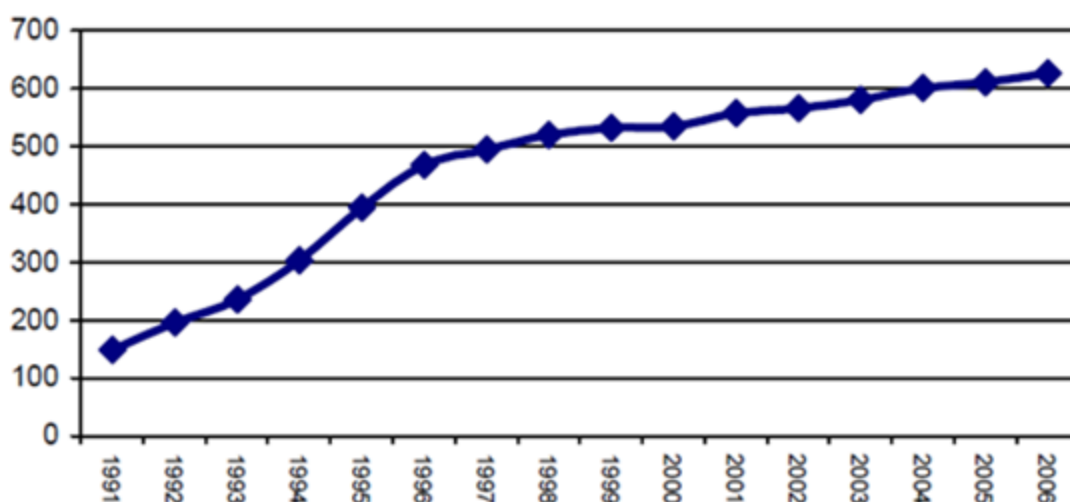
32 : www.ciheam.org, année 2010

33 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

34 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

usd³⁵ en 2010, contre 4,72 mds usd³⁶ en 2009) et des biens alimentaires avec -4,21% (passant à 4,41 mds usd³⁷ en 2010, contre 4,60 mds usd³⁸ en 2009). Le groupe des biens d'équipements a également enregistré une baisse, quoique légère (-2,19%), passant de 11,82 mds usd³⁹ en 2009 à 11,56 mds usd⁴⁰ en 2010. Sur le marché local, les prix des produits importés et qui viennent d'être allégés de la taxe douanière, n'ont pas baissé. Au contraire, les produits comme le sucre, l'huile, les céréales, le lait, des matériaux de construction... ont augmenté, exerçant une forte pression sur le pouvoir d'achat des ménages.

Figure 1: Indice des prix à la consommation ⁴¹



Source : Office National des statistiques

35 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

36 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

37 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

38 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

39 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

40 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

41 : www.ons.dz, 2010

L'indice des prix à la consommation poursuit une tendance haussière, régulière depuis une décennie. La baisse des prix n'a touché ni les produits d'importation ni les produits locaux utilisant comme input des produits d'importation.

Le démantèlement tarifaire est sujet à une double contrainte ; la première c'est qu'il se réalise progressivement sur plusieurs années et la seconde c'est que pour de nombreux produits il est soumis à la règle des quotas. Prenons les céréales ; l'Algérie en importe entre 6 et 8 millions de tonnes⁴² selon les années, qu'elle soumet à des taxes situées dans la fourchette [5-15 %]. L'Algérie n'importe qu'un tiers de ses besoins en céréales de l'UE sur lequel seul un quota de 604 500 tonnes⁴³ est libre de droits de douanes. Ce volume représente 1/4 à 1/3 de ses importations de céréales auprès de l'UE. Ceci expliquerait, au moins en partie, que l'impact de l'ouverture soit beaucoup moins spectaculaire que ce qui est attendu par l'opinion.

Par ailleurs, le système de quota pose deux problèmes :

- Pour un produit donné, le quota est attribué aux exportateurs selon le principe du premier arrivé, premier servi. Au début de l'année, il se produit un rush qui épuise le quota dans les premiers jours de janvier (bière, sucre, blé, huile, fromages...). Le niveau de la demande transmise (sur le marché européen) est si brutal qu'il perturbe le marché localement, tirant les prix vers le haut, jusqu'à annuler partiellement ou totalement les gains réalisés sur le démantèlement.
- Sur le marché du détail, rien ne distingue un kg de sucre entré dans le cadre d'un quota, d'un kg de sucre importé hors quota ; les deux sont vendus à un prix unique qui est le prix « hors quota », c'est-à-dire le plus élevé. De la sorte, les importateurs qui ont eu la 'chance' d'obtenir le quota, réalisent de surprofits assimilables à une rente de position.

42 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

43 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

Nos importations concernant l'alimentation et les matières premières ont augmenté, tandis que les équipements nécessaires à la production nationale et au redécollage de notre économie ont diminué. Globalement, depuis l'entrée en vigueur de l'accord d'association avec l'UE, les importations de l'Algérie ont augmenté. L'économie Algérienne n'est pas assez développée. C'est pour cette raison que la majorité des produits importés vont servir à la consommation directe, et les produits, qui doivent être utilisés dans les secteurs productifs, ne représentent qu'une faible partie des importations.

La majorité des fournisseurs de l'Algérie font partie de l'UE. La France vient en tête avec 4,321 milliards de dollars. Malgré sa première place, nous remarquons que les pays qui connaissent les taux d'accroissement les plus élevés sont la Belgique, l'Italie et la Chine, qui n'est pas membre de l'UE. Malgré l'accord d'association et ce qu'il rapporte en terme d'avantage préférentiel et en terme de réduction de droit de douane, l'Algérie continue d'importer à partir d'autres pays hors UE, comme la Turquie et les Etats-Unis. Il est probable que les importateurs algériens y trouvent plus d'avantages par rapport à ceux issues de l'accord d'association avec l'UE.

3.2.2 Les exportations de l'Algérie vers l'UE

Si l'Algérie est, relativement, un gros importateur d'une large gamme de produits de large consommation, demi-produits et équipements, elle est un piètre exportateur, en dehors des hydrocarbures, qui représentent près de 98 % de ses exportations. Quand on examine la nomenclature des exportations hors hydrocarbure de l'Algérie, nous constatons qu'elle-même ne s'éloigne pas des hydrocarbures, car une part considérable est constituée, tout de même, de dérivés du pétrole. L'autre partie est constituée de déchets ferreux et non

ferreux, quelques produits agricoles et médicaments. La valeur de l'ensemble peine à atteindre le milliard de dollars, depuis plusieurs années. Nous nous demandons, alors, pourquoi les entreprises algériennes ne profitent pas d'un marché européen d'un demi-milliard de consommateurs qui s'ouvre à elles.

Rappelons-nous que l'ouverture totale du marché européen aux produits de l'industrie des pays du Maghreb date des protocoles de coopération des années 70. A cette époque l'Algérie développait les industries industrialisantes portées par de grandes sociétés nationales dont la mission, en dernière instance, était moins économique que sociale (créer de l'emploi, procurer un revenu, soutenir le mouvement sportif, distribuer des bénéfices fictifs...). Les bénéfices comptables n'étant pas l'objectif immédiat des gestionnaires, il s'ouvre à tous une ère de dérives et de confusion des rôles où tous les dépassements sont rendus possibles. Etre compétitif et exporter n'étaient ni les priorités ni même les objectifs. Miné de l'intérieur, le modèle industriel de l'Algérie atteint très rapidement ses limites, mettant le pays au bord de la faillite, dès la fin des années 80. Soumis aux dures conditionnalités du FMI, le pays abandonna socialisme, planification et secteur public, au profit de l'économie de marché et du secteur privé. La transition vers l'économie de marché est un processus laborieux, semé d'hésitations, de rétractations et remises en cause, car y interfèrent puissamment des considérations et des intérêts extra-économiques. L'économie s'ouvre au capital privé national et international mais le manque de lisibilité et de visibilité joue un rôle dissuasif et répulsif. Le capital étranger se détourne de l'Algérie et le capital national, dans le doute, préfère la prudence en investissant les créneaux sans risques, c'est-à-dire ceux qui n'exigent ni gros capitaux, ni technologie de pointe ni même capacités particulières de gestion. La quasi-totalité des PME sont des micro-entreprises et de très petites entreprises dont la moitié exerce dans le BTP et le petit commerce. Les PME qui sont susceptibles de se placer sur le marché international, doivent se compter sur les doigts des deux mains, expliquant que même avec un marché offert, les

entreprises algériennes n'exportent pas. Elles ne sont ni prévues, ni taillées pour conquérir les marchés extérieurs. Elles se contentent de rester au niveau local. A ce manque d'ambitions, s'ajoute un autre facteur et non des moindres pour décourager les exportations, un environnement défavorable. En effet, le système national de commerce extérieur est conçu et a fonctionné uniquement dans le sens « importer ». Aussi bien l'administration publique que les ports, les banques, les transitaires, les douanes, les compagnies d'assurance, etc., ont grandi dans l'idée que leur mission est d'importer et les sociétés d'import/export sont qualifiées de sociétés d'import/import. Une entreprise, un secteur, une région... qui produit quelque chose d'exportable butte, immanquablement, sur les procédures qu'aucune institution ne maîtrise parfaitement. Les missions des uns et des autres ne sont pas clairement définies, des produits agricoles sont avariés avant de sortir du port parce que tel ou tel intervenant n'est pas encore informatisé, d'autres produits sont refoulés d'Europe parce qu'ils ne respectent pas telle ou telle normes dont le producteur n'a jamais entendu parler...

De grands efforts doivent être déployés pour :

- 1) reconvertir l'ensemble du système en une machine au service de l'exportation.
- 2) assainir l'environnement de l'entreprise puis l'entreprise elle-même. Les PME qui forment le noyau dur de l'industrie algérienne n'ont pas les attributs et caractéristiques qui leur permettent d'accéder au marché international.

Les exportations ont atteint 41,418 milliards de dollars⁴⁴ durant les neuf premiers mois de 2010, contre 30,702 milliards usd⁴⁵ au cours de la même période de l'année 2009, en hausse de 34,9%. Quant aux exportations hors hydrocarbures, elles demeurent faibles, avec seulement 1,29 milliard de dollars⁴⁶ durant les neuf premiers mois de 2010, soit 3,12% des exportations globales,

44 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

45 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

46 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

malgré une «importante» hausse de 70,55% par rapport à la même période de l'année 2009. Les principaux produits hors hydrocarbures exportés sont constitués du groupe demi-produits avec 901 millions usd⁴⁷, des biens alimentaires avec 225 millions usd⁴⁸ et des produits bruts avec 125 millions usd⁴⁹. Les exportations des autres groupes ont également enregistré des légères hausses ; il s'agit des biens de consommation non alimentaires avec 24 millions usd⁵⁰ et des biens d'équipements industriels qui se sont chiffrés à 19 millions usd⁵¹ en hausse également.

3.3 L'impact de l'accord d'association sur l'industrie algérienne

Si l'économie nationale a une bonne réactivité, l'entrée en vigueur de l'accord d'association doit produire les résultats suivants :

- Réduction des coûts de production et amélioration de la compétitivité pour les entreprises qui utilisent des équipements, demi-produits et matières premières d'origine européenne.
- Disparition des entreprises aux performances médiocres et/ou qui se sont installées sur des segments sur lesquels les entreprises de l'UE ont un avantage comparatif.
- Réallocation des facteurs de production des secteurs les moins rentables vers les plus rentables.
- Recherche de la compétitivité pour affronter la concurrence étrangère.

3.3.1 La réduction des coûts

Nous n'avons pas remarqué la baisse des prix des produits importés de l'UE, au contraire leurs prix ont soit stagné, soit augmenté.

47 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

48 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

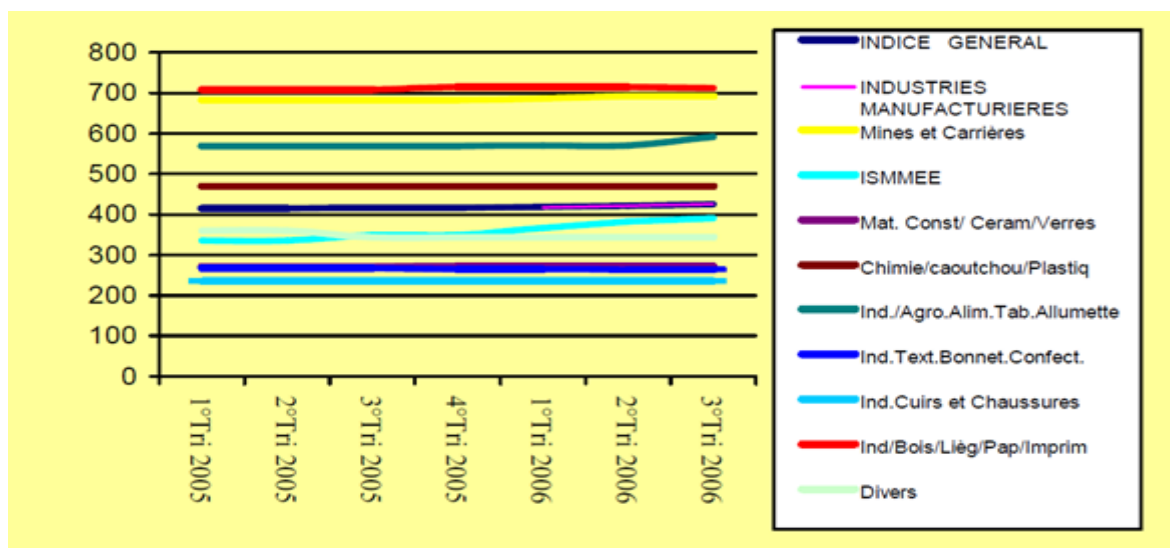
49 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

50 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

51 :Centre National de l'Informatique et des Statistiques

Les indices des prix à la consommation et les indices des prix à la production n'ont pas montré de tendance à la baisse, depuis l'entrée en vigueur de l'accord d'association avec l'UE.

Figure 2 : Indice des prix à la production industrielle ⁵²



Source : office nationale des statistiques

Nous voyons que les indices des prix à la production industrielle n'ont pas montré de tendance à la baisse, bien au contraire la plupart des prix tendent à croître, faisant craindre le retour de la grande inflation des années 90. Voilà, donc, un bénéfice qui tarde à se manifester ou dont les gains sont interceptés et happés par les opérateurs.

3.3.2 La faillite des entreprises inefficaces

Il était attendu qu'au lendemain de l'entrée en vigueur de l'Accord, toutes les entreprises en difficulté (soit la majorité des entreprises publiques et l'immense majorité des petites et moyennes entreprises, de statut privé) vont être poussées à disparaître, sous l'afflux de produits européens de meilleure qualité et de moindre prix.

Tableau 9 : évolution de la population de PME ⁵³

	création	réactivation	radiation
--	----------	--------------	-----------

52 : www.ons.dz, 2010

53 : www.pmeart-dz.org, 2010

2003	21 244	1 942	4 789
2004	18 987	1 920	3 407
2005	21 018	2 863	3 488
2006	24 352	2 702	3 090
2007	24 835	2 481	3 176
2008	27 950	2 966	3 457

Source : le Ministère de la PME et de l'artisanat

Les données que fournit le Ministère de la PME et de l'artisanat, indiquent une augmentation par rapport aux créations d'entreprises, depuis 2005.

C'est-à-dire que depuis l'entrée en vigueur de l'accord d'association avec l'UE, le nombre de nouvelles entreprises a augmenté.

Mais il est probable que ces PME ne soient pas des entreprises productives mais plus de services, tournées notamment vers l'importation.

3.3.3 La réallocation des facteurs

Le marché est un système de régulation efficace qui informe et oriente les agents économiques au mieux de leurs intérêts. Les bouleversements introduits par l'accord d'association devraient produire une profonde restructuration de l'industrie algérienne par un transfert actif des facteurs des secteurs les moins performants vers les plus performants. Si une telle décantation a commencé en Algérie, ses effets ne sont pas encore pleinement visibles. De fait, si nous gardons en tête que les secteurs les plus performants sont globalement ceux qui ont été retenus pour former les noyaux des pôles de compétitivité dans différents domaines comme par exemple, l'agroalimentaire et l'industrie pharmaceutique, nous notons que, paradoxalement, les secteurs qui exercent un attrait net sur les investisseurs sont « Mines et carrières », « Matériaux de construction » et « BTP ». Les investisseurs algériens continuent ainsi à privilégier les secteurs à basse technologie, orientés vers la satisfaction du marché local et ils répugnent à réagir aux nouvelles variables introduites par l'accord d'association. Toutefois, en agissant ainsi pour éviter tout risque, ils augmentent leur fragilité.

3.3.4 La recherche de la compétitivité

Pousser les entreprises algériennes à devenir compétitives et efficaces, pour survivre dans un environnement où la concurrence est rude, est l'impact le plus important à attendre de l'accord d'association. Il est important pour au moins deux raisons. La première réside dans le fait que la grande entreprise publique était surprotégée par l'Etat (qui rendit impossible leur mise en faillite) elle n'a développé aucune immunité interne. Quant à la PME du secteur privé, elle trouve dans les faiblesses de l'appareil de l'Etat une autre forme de protection qui la dissuade d'innover, de faire de la R&D (recherche et développement), de former, bref d'être performante et efficace. La seconde raison est à rechercher dans le fait que l'amélioration de la productivité ne dépend pas que d'une décision interne à l'entreprise, elle est déterminée en grande partie par la qualité de l'environnement de celle-ci. L'environnement est déterminé par un certain nombre de qualités que la littérature désigne par « facteurs d'attractivité » d'une région (main-d'œuvre hautement qualifiée, université, laboratoires de recherche, aéroport, stabilité politique, sécurité, cadre de vie...).

3.4 L'impact de l'accord d'association sur l'agriculture algérienne

En matière d'agriculture, l'année 2007 a été une des plus noires qu'a connues le pays depuis plusieurs années, les prix des produits de très large consommation comme les céréales, la pomme de terre, le lait... ont enregistré des augmentations sans précédent (du simple au double pour la pomme de terre). Ce résultat est d'autant plus inquiétant que depuis 2000, l'Etat a mis en œuvre un vaste programme d'aide au secteur : le Programme national de développement de l'agriculture (PNDA) qui a absorbé des capitaux considérables. Y aurait-il une relation de cause à effet entre l'entrée en vigueur de l'Accord d'association et cette saison catastrophique ?

L'agriculture européenne est l'une des plus subventionnées du monde, ce qui en fait un géant aux pieds d'argile qui risque de s'effondrer au moindre choc. Les enjeux sont si considérables que lors de toutes ses négociations, l'UE essaie par tous les moyens de mettre son agriculture à l'abri des pressions. Les accords d'association avec les pays tiers-méditerranéens, n'ont pas échappé à cette logique. L'UE devait résoudre le dilemme suivant : comment convaincre ses partenaires de la viabilité d'une ouverture totale, franche et loyale du secteur de l'industrie tout en refusant d'étendre le principe au secteur de l'agriculture. De fait, alors que pour les produits industriels les taux et dates étaient fixés d'avance et jusqu'en 2017, pour l'agriculture, en maints cas le texte de l'accord renvoie à des négociations futures entre les deux partenaires, compte tenu de l'évolution de la situation.

Les produits de l'agriculture algérienne jouissent d'un certain nombre de qualités qui les rendent très compétitifs sur le marché européen :

- Les primeurs arrivent à maturité avec plusieurs mois d'avance sur l'Europe.
- Ce sont quasiment des produits « bio ».
- L'agriculture algérienne est très peu subventionnée mais malgré cela les prix de ses agrumes et de ses maraîchages sont meilleurs que les prix européens avec subvention.

Cet avantage absolu que le pays doit à son climat et au faible coût de sa main-d'œuvre est sacrifié par l'accord d'association qui a joué, pour ce faire, sur les calendriers (Protocole 1) et sur les quotas (Protocole 2). Ainsi la pomme de terre primeur peut entrer en Europe, libre de droits de douanes dans les limites d'un quota de 5 000 tonnes/an et uniquement entre le 1^{er} janvier et le 31 mars ; les tomates entre le 15 octobre et le 30 avril, sans limitation de quantité. Ainsi les exportations algériennes de pommes de terre, tomates, carottes, concombres, aubergines, courgettes, choux-fleurs, haricots, poivrons... sont strictement encadrés et limités dans le temps.

Tableau 10 : exportations des produits agricoles et agricoles transformées vers l'UE ⁵⁴

Unité : million USD

	2007	2008	Taux d'accroissement
Produits agricoles bénéficiant d'avantages préférentiels	22,38	24,09	7,64%
Produits agricoles transformés bénéficiant d'avantages préférentiels	13,4	17,92	33,73%
total	35,78	42,04	17,50%

Source : agence nationale de promotion du commerce extérieur : Algex

D'après ce tableau, nous pouvons constater que les exportations des produits agricoles et agricoles transformées ont augmenté, mais elles ne représentent qu'un faible pourcentage du total des exportations hors hydrocarbures vers l'UE. Les produits agricoles algériens sont de très bonne qualité, c'est une raison pour laquelle, ils sont demandés par les pays européens. Mais la production algérienne n'est pas assez suffisante et importante pour représenter une menace pour l'UE.

Tableau 11 : Les contraintes aux exportations de produits agricoles de l'Algérie ⁵⁵

Produits	Réduction des droits de douane	Contingent annuel
Miel naturel	100 %	100 t
Pommes de terre primeur	100 %	5 000 t
Tomates	100 %	sans
Abricots	100 %	1 000 t
Huile d'olive et ses fractions,	100 %	1 000 t

54 : www.promex.dz, 2010

55 : extrait du protocole 2 de l'accord d'association entre l'Algérie et l'UE, 2010

même raffinées, mais non chimiquement modifiées		
Pulpes d'agrumes, sans addition d'alcool et sans addition de sucre	40 %	sans
Jus d'oranges	100 %	sans
Vins de raisin frais	100 %	224 000 hl
Tomates pelées, préparées ou conservées autrement qu'au vinaigre ou à l'acide acétique	100 %	300 t

Source : extrait du protocole 2 de l'accord d'association entre l'Algérie et l'UE,

Ces contraintes viennent s'ajouter aux difficultés proprement locales (de climat, manque d'expérience en matière d'exportation...) pour décourager les exportations. En réalité, ces contraintes ne sont qu'apparentes, car notre pays n'arrive pas à se placer dans les créneaux de quantité et de temps qui lui sont assignés. Si le pays arrivait dans les prochaines années à exporter les quantités fixées par les quotas, il aura fait d'importants progrès. Se pose, alors, la question qui déroute l'économiste : pourquoi les agriculteurs algériens ne profitent pas du marché européen qui leur est ouvert dans certaines limites ? En théorie, le problème de tout producteur est celui des débouchés, l'Homo OEconomicus étant insatiable, il va produire et vendre toutes les quantités que le marché pourrait absorber, pourquoi alors l'Algérien adopte un comportement contraire à celui de l'Homo OEconomicus, alors qu'un vaste marché s'ouvre à lui ?

L'Union Européenne n'a pas les mêmes problèmes que l'Algérie et elle est en mesure d'exporter immédiatement toutes les quantités qu'elle désire ; or, de par leurs dimensions respectives, s'il est impossible pour l'Algérie de perturber le marché européen, l'UE peut, facilement, perturber le marché algérien.

Conclusion

Nous avons vu les deux principaux et plus importants accords d'association que l'Algérie a signée, le premier avec les pays arabes qui a comme but de créer une zone arabe de libre échange, cette zone de libre échange a été effective immédiatement avec l'entrée en vigueur de l'accord, soit le premier janvier 2010 ;

le deuxième, avec l'union européenne qui a pour but de créer une zone de libre échange entre l'Algérie et les pays de l'UE, prévoit un démantèlement tarifaire total pour certains produits, et un autre progressif pour d'autres , pour arriver en 2020, selon les négociations actuelles, à une zone de libre échange,. Pour rappel, au début de l'entrée en vigueur de cet accord, la zone de libre échange devait être établie en 2017, mais l'objectif n'a pas été atteint, la partie algérienne ne s'estimant pas prête.

Ces Accords régissent notre relation avec les pays signataires, dans le domaine économique et commercial. Depuis l'entrée en vigueur de ces accords, le comportement économique de l'Algérie a changé, pour répondre aux termes des accords. Le comportement des sociétés Algériennes, en tant qu'acteurs principaux a changé aussi, et a dû suivre celui des entreprises étrangères qui arrivent à survivre dans un nouvel environnement mondialisé.

Certaines entreprises algériennes ont simplement cessé d'exister, car la concurrence étrangère était trop forte, et nos sociétés locales n'étaient pas prêtes et n'étaient pas au niveau des sociétés étrangères. Certaines arrivent à survivre mais difficilement ; elles mènent des batailles au quotidien pour ne pas succomber à la faillite, d'autres, malheureusement une minorité, arrivent à faire face à la concurrence.

Quand la majorité des sociétés d'un secteur économique fait faillite ou, a des difficultés au quotidien, l'impact des accords d'association ne peut être que négatif sur leur efficience, et le secteur économique entier n'est plus en mesure de survivre.

Mais quand la majorité des sociétés d'un secteur arrivent à mener à bien leurs tâches au quotidien et font face facilement à la concurrence étrangère, le secteur entier est en bonne santé, et peut contribuer positivement au produit intérieur brut du pays.

Pour l'Algérie, les accords d'associations paraissent avoir eu un impact négatif sur l'efficacité des entreprises jusqu'à présent.

Nous devons vérifier notre conclusion avec une étude quantitative, avec des outils statistiques et économétriques. C'est l'objet du chapitre suivant.

Chapitre II :
Les outils statistiques
et économétriques
utilisés en sondage.

Introduction

La compréhension des accords d'association et leur impact sur les différents secteurs de l'économie ne suffira pas à voir s'ils ont un effet sur l'efficacité des entreprises, car pour cela nous devons utiliser des techniques quantitatives, en faisant appel aux outils statistiques et aux modèles à variables qualitatives.

Section 1 : Outils statistiques utilisés en économie quantitative

L'économie quantitative est une branche de l'économie qui s'intéresse à la quantification tant dans l'analyse que dans la description des phénomènes économiques. Différents outils statistiques et mathématiques sont utilisés.

Les méthodes de l'économétrie sont très variées. En économie mathématique, nous retrouvons des outils mathématiques très divers comme l'algèbre, l'analyse, la théorie des jeux et la probabilité. Du point de vue de la statistique appliquée à l'économie, on pourra retenir la statistique descriptive, l'analyse des données et la statistique mathématique. Les techniques économétriques au sens strict, sont généralement issues de la statistique mathématique. Nous trouvons en premier lieu les modèles de régression linéaire classiques qui reposent sur plusieurs hypothèses permettant de construire un estimateur ayant les bonnes propriétés. Certaines hypothèses peuvent par la suite être relâchées.

1.1 Mesure de tendance centrale

Les mesures de tendance centrale sont : la moyenne, la médiane, le mode, les percentiles, les quartiles.

1.2 Mesure de variabilité

En plus des mesures de tendance centrale, il est souvent utile de considérer des mesures de variabilité ou de dispersion des données. Ces mesures sont : l'étendue, la variance, l'écart type, et le coefficient de variation.

1.3 Autres indicateurs statistiques ⁵⁶

A) Courbe de LORENZ : L'idée de base du graphique de LORENZ est de représenter la plus ou moins grande dispersion (plus ou moins grande concentration) d'une masse (de richesses, de revenus, de surfaces, etc.) au sein d'une population par un graphique inscrit dans un carré : l'axe des abscisses et celui des ordonnées varient de 1 à 100.

Sur l'un des axes on représente la progression de la somme cumulée, exprimée en pourcentage, des unités statistiques de la population (rangées par ordre croissant des valeurs de la masse à répartir).

Sur l'autre axe, on représente la progression de la somme cumulée de la masse, exprimée en pourcentage de la masse totale, que les unités statistiques de la population considérée se partagent.

B) Indice HERFINDAHL-HIRSCHMAN : L'indice de HERFINDAHL-HIRSCHMAN sert à mesurer le degré de concentration d'une masse au sein d'une population. Plus particulièrement, il est utilisé en économie industrielle et en économie spatiale pour étudier le niveau de concentration économique d'un secteur ou d'une zone géographique.

1.4 Population et unités statistiques ⁵⁷

En statistique, le terme « population » désigne un ensemble d'unités. Ces unités sont des êtres vivants ou des objets concrets ou abstraits.

La meilleure façon de se représenter une population statistique est de songer à une base de données, nous étudions des populations concrètes, dont le nombre, même s'il est très grand, est toujours fini et dénombrable. Les unités statistiques qui composent la population peuvent toujours être comptées avec précision et même identifiées individuellement. Cette identification entre « population » et « base de données » ne pose pas de problème en économie. En effet, même les

56 : Lexique d'économie, Edition Dalloz, Paris, 2004, page 646.

57 : Klaus Krickeberg, Petit cours de statistique, Edition Springer, Berlin, 1996, page 27.

populations très nombreuses, comme par exemple la population mondiale, peuvent être comptabilisées dans des bases de données que les ordinateurs permettent ensuite de traiter statistiquement.

La première information statistique que l'on tire d'une population est le nombre de ses unités, que l'on désigne par la lettre n .

1.5 Modes de regroupement des unités statistiques⁵⁸

Lorsque l'on étudie un caractère au sein d'une population statistique, il est fréquent de regrouper les unités statistiques par valeurs du caractère (lorsque celui-ci est quantitatif) ou par modalités du caractère (quand celui-ci est qualitatif).

1.6 Les procédures expérimentales⁵⁹

Les études statistiques peuvent être classées en étude expérimentales ou en étude empiriques. Dans une étude statistique expérimentale, une expérience est menée pour obtenir des données, l'expérience commence en identifiant une variable d'intérêt, ensuite, une ou plusieurs autres variables, que nous pensons liées, sont identifiées et contrôlées, et des données sont collectées pour déterminer comment ces variables influencent la variable à laquelle on s'intéresse.

Dans une étude empirique, les données sont généralement obtenues par l'intermédiaire d'enquête, et non par une expérience contrôlée.

1.7 Panorama des tests statistiques utilisables dans les études⁶⁰

Les tests statistiques permettent essentiellement d'évaluer les répartitions obtenues pour savoir si elles sont dûes au hasard ou si elles recèlent des informations intéressantes. Les tests sont aujourd'hui très largement utilisés dans de nombreux domaines de recherche, pour évaluer la significativité des observations recueillies.

1.7.1 Principes généraux

58 : Klaus Krickeberg, Petit cours de statistique, Edition Springer, Berlin, 1996, page 29.

59 : Walder Masiéri, Statistique Et Calcul Des Probabilités, Edition Dalloz, Paris, 2001, page 103.

60 : Pierre Dagnelie, Statistique théorique et appliquée, Edition DeBoeck, Paris, 2006, page 156.

Il existe de très nombreux tests qui permettent d'évaluer des aspects différents de significativité. Les objets principaux auxquels peuvent répondre les tests statistiques sont :

- l'évaluation de la représentativité des répartitions observées par rapport aux valeurs connues pour l'ensemble de la population,
- la mesure de la significativité de la différence constatée sur les observations de deux groupes d'individus ou d'un même groupe pour deux variables observées,
- l'existence et l'intensité d'une liaison entre deux variables.

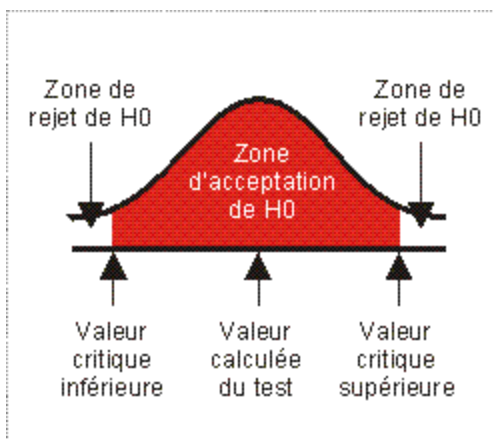
1.7.2 Fonctionnement

Les tests statistiques fonctionnent tous sur le même principe qui consiste à énoncer une hypothèse sur la population mère puis à vérifier, sur les observations constatées, si celles-ci sont vraisemblables dans le cadre de cette hypothèse.

Autrement dit, on cherche à estimer la probabilité de tirage au sort dans la population-mère, d'un échantillon ayant les caractéristiques observées. Si cette probabilité est minime, on rejette l'hypothèse énoncée ; dans le cas contraire, celle-ci peut être adoptée, au moins provisoirement, dans l'attente de validations complémentaires.

L'hypothèse à tester est appelé H_0 ou hypothèse nulle. Elle s'accompagne impérativement de son hypothèse alternative appelée H_1 . Le test s'attachera à valider ou à rejeter H_0 et par conséquent à tirer la conclusion inverse pour H_1 .

Figure 1 : zone de rejet et d'acceptation de H_0



1.7.3 Mode d'utilisation

La mise en œuvre d'un test statistique se déroule généralement en 5 étapes:

Etape 1 : Formulation de l'hypothèse nulle H_0 et de son hypothèse alternative H_1 . Ces hypothèses sont toujours formulées par rapport à la population globale, alors que le test portera sur les observations effectuées dans le cadre de l'échantillon.

Etape 2 : Détermination du seuil de signification de test, en général, il est accepté un risque d'erreur de 5%.

Etape 3 : Dans le cadre des tests paramétriques, détermination de la loi de probabilité qui correspond à la population mère.

Etape 4 : Calcul du seuil de rejet H_0 pour déterminer la région de rejet et la région d'acceptation de H_0 et inversement de H_1 .

Etape 5 : Décision de rejet ou d'acceptation de l'hypothèse H_0 .

1.7.4 Test unilatéral et bilatéral

Lorsque l'hypothèse nulle consiste à tester l'égalité de la valeur du test avec une valeur donnée, le test est bilatéral. En effet, le rejet de l'hypothèse est décidé si la valeur du test est significativement différente. Le test est dit unilatéral lorsque l'hypothèse nulle évalue si une valeur est supérieure ou égale à la valeur de test ou inférieure ou égale à cette valeur.

1.7.5 Test paramétrique et non paramétriques

On distingue deux grandes catégories de test, les tests paramétriques et les tests non paramétriques.

Les tests paramétriques exigent que nous spécifions la forme de la distribution de la population mère étudiée. Il peut s'agir, par exemple, d'une distribution suivant la loi normale, ce qui est le cas général lorsque l'on a affaire à de grands échantillons. En général, ces tests ne peuvent s'appliquer qu'aux variables numériques.

Les tests non paramétriques s'appliquent quant à eux, à la fois aux variables numériques et qualitatives. Ces tests ne font pas référence à une répartition particulière de la population-mère. Ils peuvent donc s'appliquer à des petits échantillons.

S'ils sont théoriquement moins puissants que les tests paramétriques, on peut quand même considérer que les tests non paramétriques sont plus adaptés aux problématiques d'enquêtes. Des études ont d'ailleurs prouvé que leur exactitude sur des grands échantillons n'est que légèrement inférieure à celle des tests paramétriques, alors qu'ils sont infiniment plus exacts sur des petits échantillons.

1.7.6 Erreurs-type

La conclusion retenue (rejet ou non de l'hypothèse H_0) est établie avec une certaine probabilité d'erreur.

Lorsque le test conduit à rejeter l'hypothèse nulle, l'erreur éventuelle, dans le cas où cette hypothèse serait en réalité vraie, est appelée "Erreur de type 1" ou "Erreur alpha".

Lorsqu'au contraire, le test nous indique qu'il ne faut pas rejeter l'hypothèse nulle, l'erreur éventuelle, au cas où cette hypothèse serait en réalité fausse, est appelée "Erreur de type 2" ou "Erreur Beta".

Ces indicateurs sont interdépendants : quand l'erreur alpha est réduite, l'erreur bêta augmente. Cela signifie que le choix du seuil alpha pour le test à effectuer doit se faire en fonction du coût économique de l'une ou l'autre mauvaise décision.

1.7.7 Tests sur une variable

La production d'un tableau de résultats sur une question peut s'accompagner d'indicateurs statistiques de significativité. Le choix du test applicable dépend du type de la variable et de l'objectif poursuivi.

1.7.8 Tests d'adéquation

En présence d'un tableau de résultats pour une variable qualitative, nous pouvons utiliser des tests non paramétriques destinés à comparer la répartition obtenue pour les différentes réponses avec une répartition connue (comme celle de la population mère) ou une répartition théorique, issue d'une loi statistique (exemple : loi normale).

Les deux tests d'adéquation les plus utilisés sont le test d'ajustement de Khi2 et le test de Kolmogorov-Smirnov. Ces tests calculent, à partir des écarts entre les valeurs réelles et les valeurs théoriques, une valeur que nous comparons à un seuil critique dans la table statistique correspondante.

1.7.9 Tests de conformité à un standard

Ces tests, très proches des tests d'adéquation évoqués ci-dessus, ont pour objectif de comparer une moyenne ou une proportion à une valeur particulière. Ainsi, le test de comparaison de la moyenne s'applique sur une variable numérique et permet de comparer la moyenne de la série à une valeur donnée. Notons qu'il n'est utilisable que pour des échantillons supérieurs à 30 individus.

1.7.10 Tests paramétriques de comparaisons d'échantillons

Ces tests permettent de comparer des résultats obtenus pour une variable, sur deux groupes d'observations, en vue de déterminer si ces résultats sont significativement différents d'un groupe à l'autre.

Les tests paramétriques de comparaison les plus fréquents sont les tests de différence entre deux moyennes ou entre deux pourcentages.

Les tests de comparaisons de deux moyennes s'applique sur des variables numériques, il peut porter sur des échantillons indépendants ou appariés.

Le test de comparaison de deux pourcentages est également extrêmement utile pour évaluer la différence entre deux échantillons pour une modalité de réponse donnée (ou un regroupement de modalités).

1.7.11 Tests non paramétriques de comparaisons d'échantillons

Ces tests ont les mêmes objectifs que leurs homologues paramétriques, en étant applicables dans le cas général. Le test U de Mann-Whitney s'apparente au test

de comparaison des moyennes sur deux échantillons indépendants. Comme ce dernier, il s'applique essentiellement sur une variable numérique (ou qualitative ordinale).

Le test des rangs signés de Wilcoxon s'apparente également au test de comparaison des moyennes mais, cette fois, sur des échantillons appariés. Là aussi, les deux variables à tester doivent être numériques (ou assimilées). Ces tests effectuent des classements des réponses et font intervenir dans leurs calculs, le rang associé. Ainsi le test de Mann-Whitney commence par mettre ensemble les réponses des deux groupes X et Y et à les classer. Le calcul porte ensuite sur le nombre de fois où un individu du groupe X précède un individu du groupe Y. La somme de ces éléments permet d'obtenir la valeur du test à comparer à la valeur critique dans la table de Mann-Whitney. Il existe un autre test non paramétrique permettant de comparer plus de 2 échantillons et qui est en fait la généralisation du test de Mann-Whitney. Il s'agit du test de Kruskal-Wallis.

1.7.12 Mesure de l'association entre deux variables qualitatives

Le croisement de deux questions qualitatives produit un tableau que l'on désigne généralement par "tableau de contingence". Pour savoir si la distribution des réponses de ces deux variables est due au hasard ou si elle révèle une liaison entre elles, on utilise généralement le test du χ^2 , qui est sans doute le test statistique le plus connu et le plus utilisé.

En général, le χ^2 est calculé pour un tableau croisé. Cependant certains outils comme Stat'Mania sont capables de l'appliquer en série à un grand nombre de combinaisons de variables prises 2 à 2, pour détecter automatiquement les couples de variables qui présentent les liaisons les plus significatives.

1.7.13 Mesure de l'association entre deux variables numériques

Lorsque l'on cherche à déterminer si deux variables numériques sont liées, on parle de corrélation. Les trois tests de corrélation les plus utilisés sont ceux de Spearman, Kendall et Pearson. Les deux premiers sont des tests non-

paramétriques que l'on peut également appliquer sur des variables qualitatives ordinales. Ces deux tests commencent par classer les valeurs observées pour chaque individu à chacune des deux variables. Le test de Spearman se base sur la différence des rangs pour chaque individu, pour donner, à partir d'une formule particulière, la valeur du test (r de Spearman). Plus cette valeur est proche de 0 plus les 2 variables sont indépendantes. A l'inverse, plus il est proche de 1 plus elles sont corrélées. Cette valeur doit être comparée dans la table de Student, à la valeur t avec $n-2$ degrés de liberté. Le test de Kendall part de la même manière que celui de Spearman. Mais une fois que les rangs sont calculés, le test classe l'une des deux variables sur ces rangs et s'intéresse au nombre de fois où la deuxième respecte le même ordre de classement. En final, le test fournit un coefficient de corrélation que l'on appelle le Taux de Kendall dont on peut également évaluer la significativité à l'aide d'un test complémentaire.

Contrairement aux deux tests ci-dessus, le test de corrélation de Pearson est un test paramétrique exigeant. Il ne s'applique que sur deux variables numériques qui, prises ensemble doivent suivre la loi normale (difficile à vérifier dans les études marketing). Ce test de corrélation fait appel à des calculs statistiques basés sur la covariance des deux variables et sur leurs variances. Là aussi, ces calculs aboutissent à la production d'un coefficient de corrélation entre 0 et 1, qui peut être également testé quant à sa significativité.

1.8 Principe d'estimations non paramétriques⁶¹

Lorsque nous souhaitons décrire l'influence d'une variable quantitative sur un événement en faisant le moins d'hypothèse possible sur la forme de la relation, nous distinguons deux approches :

- L'approche de la régression paramétrique
- L'approche de la régression non-paramétrique

61 : Pierre Dagnelie, Statistique théorique et appliquée, Edition DeBoeck, Paris, 2006. Page 243.

Le but d'un modèle de régression consiste à déterminer la façon dont l'espérance d'une variable dépendante Y dépend d'un ensemble de variables explicatives X. Le problème consiste donc à déterminer pour chaque réalisation de la variable x; la valeur de la fonction f (x), dite fonction de lien.

$$E (Y | X = x) = f (x) \dots \dots \dots (1)$$

Pour caractériser cette fonction de lien, la première approche consiste à utiliser un modèle de régression paramétrique. Nous supposons que cette fonction peut s'écrire comme une fonction explicite des valeurs de X. Cette fonction peut être linéaire, logarithmique, non-linéaire etc. Par exemple, dans le cas linéaire nous postulons que :

$$E (Y | X = x) = a + bx \dots \dots \dots (2)$$

Nous cherchons alors à déterminer les meilleures valeurs de (a) et (b) compte tenu d'un critère, par exemple celui de la MSE.

Section 2 : L'élaboration et la codification du questionnaire⁶²

2.1 L'étude quantitative

L'étude quantitative en marketing a pour objectif de mesurer et de quantifier l'étude qualitative, elle permet de produire des données qu'il faut ensuite traiter à l'aide de l'outil informatique pour leur donner un sens. L'étude quantitative est basée sur un sondage effectué sur un échantillon représentatif de la population à étudier.

L'étude quantitative est basée sur les caractéristiques suivantes :

- Elle utilise des grands échantillons représentatifs.
- Les données collectées sont structurées.
- Elle demande une analyse statistique à l'aide de logiciels spécialisés.
- Sa période est courte par rapport à l'étude qualitative.
- Les résultats sont applicables définitivement sans vérification.

62 : Messar Moncef, Cours de méthodologie de sondage et d'échantillonnage, année 2009.

L'étude quantitative se fait à l'aide d'un questionnaire.

Le questionnaire est un ensemble de questions ouvertes et fermées destinées à un échantillon représentatif afin de collecter des informations dans le but de prendre des décisions marketing. Les questions doivent être bien établies, autrement les réponses obtenues seront biaisées.

2.2 Le questionnaire

Le questionnaire est un outil de collecte et d'enregistrement d'informations destinées à résoudre une problématique posée, c'est le support par lequel on traduit les objectifs de l'enquête en interrogations des interviewés pour obtenir les informations susceptibles de répondre à la question principale, source de l'étude de marchés. Le questionnaire est un ensemble de questions ouvertes et fermées destiné à un échantillon représentatif dans le but de collecter des informations précieuses.

2.3 Les différents types de questions

Il existe deux grandes catégories de questions :

- Les questions ouvertes : elles permettent à l'enquêté de répondre librement, elles sont difficilement exploitables par informatique puisqu'elles sont post codifiées.
- Les questions fermées : elles demandent des réponses précises et facilement exploitables par informatique puisqu'elles sont pré codifiées. Elles se subdivisent en deux catégories :
 - Les QCM : elles offrent plusieurs choix possibles de réponses.
 - Les questions dichotomiques : le répondant doit répondre par oui ou non et des fois on lui demande s'il est indifférent (sans opinion).

2.4 L'agencement des questions

Les questions doivent obéir à un certain ordre, si la première sert à éveiller l'attention du répondant, les autres doivent avoir trait à la compétence, au

contrôle et à l'identification de l'enquêté. En général nous suivons l'agencement suivant :

- Les questions de compétence : elles visent à s'assurer que l'enquêté a la compétence requise pour répondre au questionnaire.
- Les questions principales : elles constituent le cœur du questionnaire, et sont conçues pour apporter l'information recherchée, elles doivent être nombreuses et brèves dans leur formulation.
- Les questions de contrôle : elles visent à vérifier si le répondant s'est impliqué à répondre correctement au questionnaire. En général, nous reformulons les questions précédentes.
- Les questions d'identification : appelées aussi la fiche signalétique, ce sont les questions concernant la catégorie sociodémographique (age, sex, lieu d'habitation...) et la catégorie socioprofessionnelle (revenu, occupation, niveau d'instruction...)

2.5 Les étapes à suivre dans l'élaboration d'un questionnaire

Pour élaborer un questionnaire, nous devons suivre les étapes suivantes :

- Description des objectifs de l'enquête en quelques points, deux à trois points principaux sont un maximum pour une bonne enquête.
- Etablir un inventaire des informations à recueillir :
 - Faire la liste des informations à recueillir.
 - Définir les présupposés et les hypothèses à tester.
 - Déterminer les méthodes de traitement des données.

- Identifier les modalités pratiques d'enquête :
 - Type d'enquête.
 - Le budget.
 - Ordre de grandeur de l'échantillon.
- Déterminer le contenu des questions :
 - La question est elle nécessaire et suffisante ?
 - Plusieurs questions sont elles nécessaire au lieu d'une ?
 - Le répondant peut il répondre à la question ?
 - Détient-il l'information ?
 - Accepte t-il de communiquer l'information ?
 - Le questionnaire est il complet ?
- Formuler les questions :
 - Les formes de questions (ouvertes, QCM,..)
 - Les échelles de notation et d'évaluation.
- Libeller les questions :
 - Précision.
 - Neutralité.
 - Simplicité.
 - Formulation subjective ou objective.
 - Formulation positive ou négative.
- Organiser le questionnaire :
 - Choix de l'ordre des questions.
 - Présentation du questionnaire.
- Pré tester le questionnaire :
 - Vérifier le questionnaire auprès des personnes faisant partie de la cible visée.

- Corriger les incohérences.
- Rédiger la version finale.

2.6 Les échelles de mesure et de notation

Pour mesurer les phénomènes mentaux (opinions, attitudes, préférences,...), nous faisons appel aux échelles de notation et de mesure, ces échelles reflètent un indicateur quantitatif à la réponse pour pouvoir mesurer le degré accordé dans la réponse. Il existe deux approches principales pour mesurer les attitudes et autres phénomènes mentaux :

- L'approche comparative : cette approche, dite aussi par choix forcé, consiste à amener la personne interrogée à exprimer ses jugements de façon relative, c'est-à-dire en comparant deux ou plusieurs stimulus (produit, marque...).
- L'approche monadique : cette approche consiste à faire juger le stimulus (produit, marque...) isolément, elle conduit à un formatage des questions sous forme d'échelle de notation traduisant l'intensité du jugement exprimé.

Les échelles de mesures possèdent des critères généralement retenus pour évaluer la qualité :

- La facilité de réponse.
- La capacité de discrimination.
- La capacité de transmission d'information.
- Le poids de personnes interrogées.
- Le traitement de données.

On distingue plusieurs échelles de notation qui consiste à proposer à la personne interrogée un ensemble d'énoncés qui sont supposées caractériser l'attitude que l'on cherche à appréhender :

- Le sémantique différentiel (Osgood) : il est très utilisé dans les enquêtes d'image de marque, la technique consiste à faire placer le stimulus étudié sur une échelle bipolaire en 7 points :

Fragile

solide

-3	-2	-1	0	1	2	3
----	----	----	---	---	---	---

- L'échelle Likert : le format de l'échelle Likert est sans doute l'un des plus connus dans les études d'opinion, nous demandons à l'enquêté de se placer par rapport à une série d'opinion portant sur le même sujet et pour lesquelles il doit exprimer son plus ou moins accord ou désaccord en choisissant entre 5 réponses possibles :

Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Sans opinion	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
-------------------------	--------------------	--------------	------------------------	-------------------------

- L'échelle Stapel : cette échelle constitue une évolution du sémantique différentiel, il s'agit d'une échelle unipolaire (sans point neutre) codée de -4 à +4, elle vise à mesurer simultanément la direction et l'intensité de l'attitude à l'égard d'un stimulus. Cette échelle est l'amélioration de l'échelle Osgood :

-4	-3	-2	-1	bonne	+1	+2	+3	+4
----	----	----	----	-------	----	----	----	----

- Les icônes (smiling faces) : cette échelle est utilisée aussi pour les enquêtes d'image de marque mais adaptées à une population peut familière avec la verbalisation et la numérotation.
- L'échelle rang : elle consiste à classer des produits ou services dans un ordre décroissant selon un qualificatif.

2.7 La codification du questionnaire

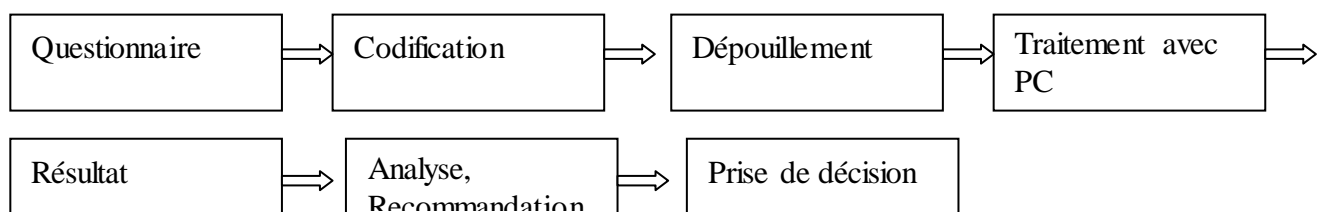
Afin de pouvoir traiter les réponses obtenues dans un questionnaire, nous devons attribuer à chaque modalité de réponse un code (chiffre) spécifique. Les questions fermées sont pré codifiées mais les questions ouvertes sont post codifiées. Pour les questions ouvertes, nous devons faire recenser toutes les catégories de réponse pour pouvoir coder.

2.8 L'administration du questionnaire

- Le face à face : le questionnaire est rempli par l'enquêteur ou l'enquêté dans un endroit public. La qualité de recueil d'information dépend essentiellement de la relation de l'enquêteur et l'enquêté et de l'exécution du travail de l'enquêteur. Cette relation est très difficile à contrôler car elle peut être biaisée. Dans ce mode, nous ne pouvons que tolérer des questionnaires courts (10 à 15 minutes = 10 à 15 questions).
- Le mailing (le postage) : le questionnaire est envoyé par voie postale ou électronique, et est moins coûteuse que le mode précédent. Nous pouvons faire des questionnaires plus longs. Le problème essentiel dans ce mode de recueil est le taux de non réponse. Des études ont démontrées que la promesse d'un cadeau ou la participation à un tirage au sort fait augmenter le taux de réponse.
- Le phoning (l'enquête par téléphone) : le mode CATI (Computer Assisted Telephone Interview) est un mode automatisé de traitement des questionnaires. Un enquêteur li le questionnaire par téléphone est rempli instantanément les réponses sur un écran. Les traitements statistiques se font au fur et à mesure par le PC. Ce mode fait augmenter la productivité des enquêteurs.

Section 3 : l'analyse statistique des données de l'enquête⁶³

Une fois le travail terminé sur le terrain et les données recueillis, l'analyste doit effectuer les analyses statistiques nécessaires pour tester les hypothèses élaborées au début de l'étude et ceci dans un but de répondre à la problématique posée. Le traitement statistique est possible une fois que la codification est effectuée (post et pré codification).



La préparation

63 : Moncef Messar, Cours de méthodologie de sondage et d'échantillonnage, année 2009.

La préparation des données est une étape importante qui vient en amont de la phase de traitement, une mauvaise préparation des données peut entraîner des résultats erronés.

La préparation des données passe par deux étapes :

- La codification : il s'agit de transformer les modalités de réponses en codes (chiffres) spécifiques.
- La vérification : elle est basée sur trois principes :
 - La lisibilité : nous n'acceptons pas des questionnaires remplis d'une manière anarchique (ratures...).
 - La complétude : nous ne devons pas accepter des questionnaires incomplets (réponses manquantes, refus de répondre à une question...).
 - La cohérence : les réponses doivent être cohérentes dans l'ensemble. Les incohérences sont rejetées (médecin âgé de 18 ans, retraité âgé de 30 ans...). Cette incohérence peut aussi être détectée à travers les questions de contrôle.

3.1 La présentation des données

Dans la plupart des logiciels spécialisés en statistique (SPSS, Eviews, Statistica...), les données sont présentées dans des tableaux (matrices).

Dans le logiciel SPSS (Statistical Package for Social Science), les données sont présentées de la manière suivante ; au niveau des lignes, nous trouvons le nombre de personnes interrogées (taille de l'échantillon) et au niveau des colonnes, nous trouvons les codes concernant les modalités de réponses. Chaque case représente un code spécifique qui reflète une réponse.

X11	X12	X1j
X21	X22	X2j
....
....

X_{i1}	X_{i2}	X_{ij}
----------	----------	------	------	----------

Les (i) représentent les lignes (nombre de personnes interrogées) et les (j) représentent les modalités de réponses.

Par exemple l'élément X_{21} , représente la réponse 1 de la 2ème personne de l'échantillon.

Nous devons mentionner que le nombre de colonnes n'est pas toujours égal au nombre de questions.

3.2 Les différents types d'analyse statistique

Nous distinguons trois types d'analyses statistiques :

- L'analyse univariée : elle consiste à analyser les modalités de réponses concernant une seule variable (une colonne).
- L'analyse bivariée : il s'agit d'analyser le degré d'association (corrélation) entre deux variables (deux colonnes).
- L'analyse multivariée : elle consiste à analyser simultanément le degré d'association entre plus de deux variables (plus de deux colonnes).

3.3 Formulation des hypothèses

En analyse statistique, une hypothèse est une proposition relative à une ou plusieurs populations et plus particulièrement à la forme ou aux paramètres de distribution.

Nous appelons alors « hypothèse nulle » ou H_0 , la proposition qui contredit la proposition de recherche. L'hypothèse nulle doit être énoncée de telle manière que son rejet entraîne l'acceptation de « l'hypothèse alternative » ou H_1 , c'est-à-dire la proposition de recherche.

3.4 Le seuil de confiance et le seuil de signification

Nous ne pouvons jamais être certain que l'hypothèse nulle doit être rejetée ou non. Conventionnellement, pour effectuer un choix, nous essayons d'évaluer la probabilité (α) de rejeter H_0 par erreur.

Le seuil de signification (α) se définit comme le degré de probabilité de rejeter H_0 alors qu'elle était vraie en réalité. Son complément ($1-\alpha$) est appelé seuil de confiance se définit comme le degré de probabilité d'accepter H_0 alors qu'elle était vraie en réalité.

Si par exemple, (α) est égale à 5%, ($1-\alpha$) doit être égale à 95%.

Plus (α) est faible, plus grand sera ($1-\alpha$) et inversement. Le choix du seuil de signification dépend d'un certain nombre de facteurs :

- La taille de l'échantillon : plus la taille est importante, plus petit sera (α) et inversement.
- La qualité des données recueillies : plus la qualité des données est meilleure, plus faible sera (α) et inversement.
- L'expérience de l'analyste dans le domaine (know how) : plus l'analyste maîtrise le domaine d'investigation, plus faible sera (α) et inversement.

Le rejet de H_0 dépend de la comparaison entre les deux valeurs du test statistique choisi. Si la valeur empirique (calculée) du test est supérieure à la valeur critique (tirée de la table statistique) avec un seuil de signification choisi, nous devons rejeter H_0 et accepter H_1 , inversement nous devons accepter H_0 et rejeter H_1 .

3.5 Le tri à plat et le tri croisé

Le tri à plat calcule les fréquences relatives des différentes modalités de réponses (colonnes). Il est donné par la formule suivante :

$$F_i = N_i / N \dots \dots (3)$$

N est la taille de l'échantillon, N_i le nombre de personne possédant la réponse i et F_i la fréquence relative à la réponse i .

Le tri croisé combine les réponses à deux questions. Il est donné par la formule suivante :

$$F_{ij} = N_{ij} / N \dots \dots (4)$$

Fij représente la fréquence relative à la réponse i et j et Nij représente le nombre de personnes possédant la réponse i et j au même temps.

3.6 Les différents tests univariés

- Le coefficient d'ajustement de X^2 de Pearson : il mesure les écarts entre fréquences observées et fréquences théoriques et permet d'évaluer la probabilité de tels écarts si H_0 est vraie.

La formule de Chi-deux (X^2) est la suivante :

$$X^2 = \sum ((O_k - E_k)^2 / E_k) \dots \dots (5)$$

O_k : fréquences observées dans la classe k.

E_k : fréquences théoriques dans la classe k.

K : nombre de catégorie dans l'échantillon.

Les hypothèses peuvent être formulées de la manière suivante:

$$H_0 : O_k = E_k \dots \dots (6)$$

$$H_1 : O_k \neq E_k \dots \dots (7)$$

- Le coefficient d'ajustement de Kolmogorov- Smirnov : ce test est également un test d'ajustement entre fréquences observées et théoriques mais il est adapté à des données de type ordinale (rang), il est donnée par la formule suivante:

$$D = \max |PCO - PCT| \dots \dots (8)$$

PCO : proportion cumulée observée.

PCT : proposition cumulée théorique (empirique).

- Le test de la moyenne : il s'agit de comparer une moyenne observée dans un échantillon X à une moyenne prédéterminée ou de référence M. la formule du test de la moyenne est la suivante :

$$Z = (X - M) / S_x \dots \dots (9)$$

$$S_x = S / \sqrt{N} \dots \dots (10)$$

S: l'écart type.

Pour des échantillons de taille petite ($N \leq 30$), nous aurons recours au test t de student avec $(\alpha/2)$ seuil de signification.

- Le test d'une proportion : le test Z peut également être appliqué à une proportion (pourcentage). La formule du test est la suivante :

$$Z = (P - \Pi) / \sqrt{P(1-P)/N} \dots\dots(11)$$

P est la proportion observée dans l'échantillon.

Π est la proportion utilisée comme norme ou standard de référence.

3.7 Les différents tests bivariés

- Le coefficient de corrélation de Pearson (r) : l'objectif de ce test est d'étudier si deux variables varient statistiquement de façon analogue. Il faut rappeler que :

$$0 < |r| < 1$$

$$R = \text{cov}(X, Y) / S_x * S_y \dots\dots(12)$$

$$= (1/N) \sum(X_i - X)(Y_i - Y) / \sqrt{(1/N) \sum(X_i - X)^2} \cdot \sqrt{(1/N) \sum(Y_i - Y)^2} \dots\dots(13)$$

Si $r \rightarrow 0$, il existe une faible corrélation entre X et Y.

Si $r \rightarrow 1$, il existe une forte corrélation entre X et Y.

- Le coefficient de corrélation de Spearman (rs) : ce test mesure le degré d'association entre deux variables mesurées sur une échelle ordinale. Il est donné par la formule suivante :

$$R_s = 1 - (6 \sum(X_i - Y_i)^2 / (N^3 - N)) \dots\dots(14)$$

X_i et Y_i sont les rangs dans chaque variable et N la taille de l'échantillon.

Rappelons aussi que :

$$0 < |r_s| < 1$$

- Le coefficient de corrélation Phi (Φ) : lorsque les données peuvent être représentées en deux lignes et deux colonnes, la mesure d'association la plus appropriée est le coefficient Φ dont la valeur varie entre - 1 et + 1.

La formule du test Φ est donnée par :

$$\Phi = (AD - BC) / \sqrt{(A+B)(C+D)(A+C)(B+D)} \dots\dots(15)$$

A et B sont les données de la première ligne.

C et D sont les données de la seconde ligne.

• Le test de contingence de Chi-deux X^2 : ce test est le test le plus utilisé pour analyser le degré d'association entre variable de type nominal. Il est en fait le complément indispensable des tableaux croisés. Sa formule est la suivante :

$$X^2 = \sum \sum ((O_{ij} - E_{ij})^2 / E_{ij}) \dots \dots (16)$$

O_{ij} : la fréquence observée dans a ligne i et la colonne j.

E_{ij} : la fréquence théorique dans a ligne i et la colonne j.

3.8 Les différents tests multivariés

L'analyse de la régression multiple est une méthode d'analyse par laquelle nous cherchons à expliquer une variable dépendante Y à partir de plusieurs variables indépendantes X_1, X_2, \dots, X_n .

En effet, l'objectif est de mesurer le degré d'influence de chaque variable explicative sur la variable à expliquer, soit :

$$Y = A + bX_1 + cX_2 + \dots + wX_n + U \dots \dots (17)$$

Ces modèles peuvent être linéaires ou non linéaires (logarithmique, exponentiel ...). Les logiciels de statistiques peuvent estimer ces modèles et donner tous les aspects statistiques (R^2 , t, F, DW, ...).

Section 4: les modèles à variable qualitatives

Nous somme confrontés a des données qualitatives en économie lorsque nous étudions des choix, des risques ou la réalisation d'événements.

4.1 Modèles dichotomiques univariés⁶⁴

Par modèle dichotomique, on entend un modèle statistique dans lequel la variable expliquée ne peut prendre que deux modalités (variable dichotomique). Il s'agit alors généralement d'expliquer la survenue ou la non survenue d'un événement.

64 : Walder Masiéri, Statistique Et Calcul Des Probabilités, Edition Dalloz, Paris, 2001, page 132.

Les méthodes statistiques qui permettent de traiter de telles données diffèrent sensiblement de celles employées pour étudier des caractères quantitatifs, car elles doivent tenir compte de l'absence de continuité et souvent de l'absence d'ordre naturel entre les modalités que peut prendre le caractère qualitatif.

La plupart de ces méthodes consistent à associer une variable quantitative au caractère qualitatif, l'intérêt principal est de pouvoir se ramener à des lois discrètes.

Nous considérons un échantillon de N individus indicés $i = 1, \dots, N$. Pour chaque individu, nous observons si un certain événement s'est réalisé et nous notons y_i la variable codée associée à évènements.

$y_i =$

1 si l'événement s'est réalisé pour l'individu i

0 si l'événement ne s'est pas réalisé pour l'individu i

Nous remarquons le choix du codage (0, 1) qui est traditionnellement retenu pour les modèles dichotomique. En effet, celui-ci permet de définir la probabilité de survenue de l'événement comme l'espérance de la variable codée y_i , puisque :

$$E(y_i) = \text{Prob}(y_i = 1) \times 1 + \text{Prob}(y_i = 0) \times 0 = \text{Prob}(y_i = 1) = p_i \dots (18)$$

L'objectif des modèles dichotomiques consiste alors à expliquer la survenue de l'événement considéré en fonction d'un certain nombre de caractéristiques observées pour les individus de l'échantillon. Nous cherchons dans ces modèles, à spécifier la probabilité d'apparition de cet événement.

4.2 Modèles Logit et Probit⁶⁵

Les modèles dichotomiques probit et logit admettent pour variable expliquée, la probabilité d'apparition de cet évènements, conditionnellement aux variables exogènes. Ainsi, on considère le modèle suivant :

65 : Yadolah Dodge, The Concise Encyclopedia of Statistics, Edition Springer, Berlin, 2008, page 449.

$$P_i = \text{Prob}(y_i = 1 | x_i) = F(x_i\beta) \dots \dots \dots (19)$$

Où la fonction $F(\cdot)$ désigne une fonction de répartition. Le choix de la fonction de répartition $F(\cdot)$ est a priori non contraint. Toutefois, on utilise généralement deux types de fonction :

La fonction de répartition de la loi logistique et la fonction de répartition de la loi normale centrée réduite. A chacune de ces fonctions correspond un nom attribué au modèle ainsi obtenu: modèle logit et modèle probit.

Historiquement, les modèles logit ont été introduits comme des approximations des modèles probit permettant des calculs plus simples. Dès lors, il n'existe que peu de différences entre ces deux modèles dichotomiques. Ceci s'explique par la proximité des familles de lois logistiques et normales.

On considère le modèle dichotomique suivant :

$$p_i = \text{Prob}(y_i = 1 | x_i) = F(x_i\beta) \quad \forall i = 1, \dots, N \quad (20)$$

Dans le cas du modèle logit, la fonction de répartition $F(\cdot)$ correspond à la fonction logistique $\forall w \in \mathbb{R}$:

$$F(w) = \frac{e^w}{1 + e^w} = \frac{1}{1 + e^{-w}} \dots \dots \dots (21)$$

Dans le cas du modèle probit, la fonction de répartition $F(\cdot)$ correspond à la fonction de répartition de la loi normale centrée réduite $\forall w \in \mathbb{R}$:

$$F(w) = \int_{-\infty}^w \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{z^2}{2}} dz \dots \dots \dots (22)$$

Ainsi, pour une valeur donnée du vecteur des exogènes et du vecteur des paramètres β , on peut définir les deux modèles d'une façon équivalente :

Le modèle logit définit la probabilité associée à l'événement $y_i = 1$, comme la valeur de la fonction de répartition de la loi logistique considérée au point $x_i\beta$:

$$\text{Modèle logit : } p_i = \Lambda(x_i\beta) = \frac{1}{1 + e^{-x_i\beta}} \quad \forall i = 1, \dots, N \quad \dots \dots \dots (23)$$

Dans le cas du modèle probit, cette probabilité est définie comme la valeur de la fonction de répartition de la loi normale centrée réduite $N(0, 1)$ considérée au point $x_i\beta$:

$$\text{Modèle probit : } p_i = \Phi(x_i\beta) = \int_{-\infty}^{x_i\beta} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{z^2}{2}} dz \quad \forall i = 1, \dots, N \quad \dots\dots\dots(24)$$

4.3 Comparaison des modèles probit et logit

Historiquement, les modèles logit ont été introduits comme des approximations de modèles probit permettant des calculs plus simples. Dès lors, il n'existe que peu de différences entre ces deux modèles dichotomiques. Ceci s'explique par la proximité des familles de lois logistiques et normales.

Par conséquent, les modèles probit et logit donnent généralement des résultats relativement similaires. Ainsi a priori, la question du choix entre les deux modèles ne présente que peu d'importance. Toutefois, il convient d'être prudent quand à la comparaison directe des deux modèles.

4.4 Estimation et interprétation des paramètres des modèles dichotomiques

C'est par la méthode du maximum de vraisemblance que sont estimés les paramètres du modèle dichotomique.

$$L(\beta) = \prod_{i=1}^N F(\beta' X_i)^{Y_i} (1 - F(\beta' X_i))^{1-Y_i} \quad \dots\dots(25)$$

Et donc la log-vraisemblance vaut :

$$\log L(\beta) = \sum_{i=1}^N Y_i \log F(\beta' X_i) + \sum_{i=1}^N (1 - Y_i) \log (1 - F(\beta' X_i)) \quad \dots\dots(26)$$

$$\log L(\beta) = \sum_{i:Y_i=1} \log F(\beta' X_i) + \sum_{i:Y_i=0} \log (1 - F(\beta' X_i)) \quad \dots\dots(27)$$

Pour chaque modèle, nous remplaçons F par sa valeur et nous estimons β en résolvant la condition au premier ordre (la nullité du gradient de la log-vraisemblance).

En pratique, c'est les logiciels qui s'occupent de cette étape.

Sous certaines conditions, l'estimateur du maximum de vraisemblance est convergent et suit asymptotiquement une loi normale centrée sur la vraie valeur des paramètres et de matrice de variance covariance égale à l'inverse de la matrice d'information de Fisher $I(\beta)$ (l'opposée de l'espérance de la Hessienne de la log-vraisemblance). C'est la connaissance de cette loi asymptotique qui permet d'estimer les variances asymptotiques des estimateurs.

Une fois le modèle estimé, nous obtenons des valeurs pour les paramètres β qu'il faut interpréter. L'aspect essentiel est l'effet marginal d'une variable X_i , sur la probabilité de l'événement $Y = 1$. Cette effet s'écrit pour une variable X_j continue (pour une variable explicative qualitative, il faut considérer un taux d'accroissement) :

$$\frac{\partial F(\beta'X)}{\partial X_j} = f(\beta'X)\beta_j \dots\dots\dots(28)$$

C'est donc surtout son signe que nous devons commenter. Nous pouvons donc "tirer" de ces modèles le signe de l'effet de X_i .

Si $\beta_i > 0$, X_i a un effet positif sur l'événement considéré.

Si $\beta_i < 0$, X_i a un effet négatif sur l'événement considéré.

Conclusion

Ce chapitre nous a permis de mieux comprendre les outils statistiques, les étapes à suivre pour l'établissement d'un questionnaire, l'analyse de ses résultats, et les modèles à variables qualitatives, qui sont indispensables dans notre étude quantitative.

En économie, nous nous tournons assez souvent vers les outils statistiques et économétriques afin de quantifier nos recherches, et de vérifier si vraiment ce que nous pensons correspond à la réalité, nous devons confirmer ou infirmer nos

théories ou hypothèses à l'aide de différents tests statistiques ou modèles économétriques.

A partir de là nous pouvons commencer l'étude sur l'impact des accords d'association sur l'efficience des entreprises algériennes, nous allons utiliser nos tests statistiques et modèles a variables qualitatives sur nos données, nous allons les tester et vérifier la validité et la pertinence de nos hypothèses de départ.

Chapitre III :
Cas pratique : l'impact
des accords
d'association sur
l'efficience des
entreprises
algériennes : étude
économétrique et
statistique.

Introduction

Après avoir pris connaissance des différents accords d'association, et vu quels sont les outils statistiques, et les modèles à variable qualitatives, nous pouvons débiter notre étude quantitative. Nous allons commencer par traiter les résultats de notre questionnaire, ensuite nous allons appliquer un modèle qui consiste à voir quelles sont les variables exogènes qui peuvent expliquer l'impact positif de l'accord d'association, et enfin analyser ces variables si elles sont significatives.

Section 1 : Le questionnaire et son traitement

1.1 Le choix du questionnaire

Le choix du questionnaire est vite paru évident pour cette étude pour les raisons suivantes :

- la maîtrise du thème de l'étude,
- le besoin de résultats quantifiés,
- la validation et la généralisation des résultats,
- les moyens nécessaires pour mener cette enquête sont disponible (notamment l'accès facile aux sociétés et la réception des réponses).

1.2 L'objectif du questionnaire

Le présent questionnaire a pour objectif d'étudier l'impact des accords d'association, principalement avec l'UE, sur l'efficacité des entreprises Algériennes.

1.3 Le mode d'exploitation du questionnaire

Le mode d'exploitation du questionnaire a été fait par le biais de la méthode face à face.

1.4 Le dépouillement du questionnaire

Il s'agit du processus par lequel sont transférées les données d'une copie papier vers un fichier électronique. Les réponses sont ensuite transmises à un ordinateur (logiciel). Le questionnaire est examiné pour veiller à la présence de

toutes les données pertinentes minimales et à leur lisibilité. Habituellement, ce nettoyage se fait lors de vérifications automatiques exhaustives.

1.5 La saisie du questionnaire

La saisie du questionnaire a été faite à l'aide du Logiciel SPSS.

1.6 Le traitement du questionnaire

Le traitement du questionnaire a été fait à l'aide du Logiciel SPSS.

Section 2 : Le résultat du traitement du questionnaire

2.1 Tris à plats

Les résultats des tris à plat sont constatés par rapport à l'entrée en vigueur des accords d'association :

Tableau 1 : résultat du tri à plat de la question 1

Q1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 11	423	100.0	100.0	100.0

Nous remarquons que toutes les sociétés questionnées ont entendu parler des accords d'association avec l'UE, ce résultat est tout à fait compréhensible, vu toute la médiatisation qu'il y a eu autour des accords d'association, et que les principaux concernés sont ces sociétés elles-mêmes.

Tableau 2 : résultat du tri à plat de la question 2

Q2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 21	256	60.5	60.5	60.5
22	167	39.5	39.5	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous remarquons que 60,5% des sociétés questionnées ont augmenté leurs importations de produits (tous types confondus : matières premières, produits semi-finis, produits finis) de la Communauté européenne, contre 39,5 % des

sociétés dont les importations en provenance de l'UE ont soit stagné, soit diminué.

Les sociétés qui ont diminué leurs importations de l'UE, avouent préférer se tourner vers les pays comme la Chine, et la Turquie.

Tableau 3 : résultat du tri à plat de la question 3

Q3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 31	5	1.2	1.2	1.2
32	418	98.8	98.8	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous remarquons que l'entrée en vigueur de l'accord d'association avec l'UE n'a pas entraîné les entreprises à licencier leur personnel, seulement 1,2 % des sociétés disent avoir eu recours au licenciement d'une partie de leurs personnels. La majorité des sociétés n'ont pas eu recours au licenciement de leurs employés pour faire face à la menace européenne.

Tableau 4 : résultat du tri à plat de la question 4

Q4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 41	297	70.2	70.2	70.2
42	126	29.8	29.8	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous remarquons que 70,2 % des sociétés ont connu une baisse dans les couts de productions, contre 29,8 % dont les couts de production n'ont pas diminué. La diminution des droits de douane a eu un impact sur les couts des matières premières, importées des pays de l'UE, qui ont diminué, et cela s'est traduit par une baisse des couts de production.

Tableau 5 : résultat du tri à plat de la question 5

Q5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 51	10	2.4	2.4	2.4
52	413	97.6	97.6	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous remarquons que 97,6 % des sociétés questionnées ont vu leur profit augmenter contre 2,4% pour qui leur profit a diminué. L'augmentation du profit peut découler du fait de la diminution des couts de production, et la diminution des frais d'approche qui sont liés au frais de dédouanement.

Tableau 6 : résultat du tri à plat de la question 6

Q6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 61	280	66.2	66.2	66.2
62	142	33.6	33.6	99.8
63	1	.2	.2	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous remarquons que 66,2% des sociétés questionnées sont tout à fait d'accord pour dire, qu'avec l'entrée en vigueur des accords d'association, leur stratégie doit changer, pour faire face à la concurrence, 33,6% sont plutôt d'accord avec cette idée, contre 0,2% sans opinion.

Face à la concurrence des pays de l'UE, les sociétés algériennes doivent redoubler d'efforts et être plus compétitives, les sociétés qui ne sont pas au niveau de cette concurrence, doivent mettre en place des stratégies en adéquation avec cette concurrence étrangère.

Tableau 7 : résultat du tri à plat de la question 7

Q7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 72	317	74.9	74.9	74.9
73	106	25.1	25.1	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous remarquons que 74,9% des sociétés pensent que le changement de leur stratégie doit être dans le sens d'une politique agressive, contre 25,1% qui optent pour la stabilité.

La politique agressive va pousser la société à faire plus d'efforts, et être au niveau des sociétés de la communauté européenne.

Tableau 8 : résultat du tri à plat de la question 8

Q8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 81	393	92.9	92.9	92.9
82	30	7.1	7.1	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous remarquons que 92,9% des sociétés pensent que leur force par rapport aux pays de l'UE consiste en la connaissance du marché algérien, contre 7,1 % qui pensent que la relation qui existe entre leur société et les distributeurs ou/et les consommateurs leur permet d'avoir un avantage sur les pays de l'UE.

La connaissance du marché algérien est un avantage pour les sociétés locales, sans oublier que la bonne relation entre la société et les consommateurs, permet aux sociétés de fidéliser leurs clients.

Tableau 9 : résultat du tri à plat de la question 9

Q9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 91	195	46.1	46.1	46.1
92	162	38.3	38.3	84.4
93	66	15.6	15.6	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous remarquons que 46,1% des sociétés pensent que leur faiblesse par rapport aux pays de l'UE, est dû à la bonne image de marque des produits de ces pays, 38,3% pensent que les sociétés de l'UE qui exportent vers l'Algérie, ont des produits moins chers que les produits locaux, seulement 15,6 % pensent que les produits importés sont plus design et de meilleur qualité que les produits algériens.

C'est vrai que l'image que nous avons des produits européens est meilleure que l'image que nous avons des produits locaux, ce fait est un énorme inconvénient pour les sociétés algériennes.

Tableau 10 : résultat du tri à plat de la question 10

Q10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 105	103	24.3	24.3	24.3
106	310	73.3	73.3	97.6
107	10	2.4	2.4	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous remarquons que 73,3% des sociétés questionnées disent que leurs canaux de distribution tendent vers l'efficience, 24,3% disent que leurs canaux de distribution sont plus ou moins efficient, seulement 2,4% des sociétés ont des canaux de distributions efficients.

Les canaux de distribution sont important dans une société, plus ils sont efficients, plus l'entreprise évite les problème avec la distribution de ces produits.

Tableau 11 : résultat du tri à plat de la question 11

Q11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	111	27	6.4	6.4	6.4
	112	396	93.6	93.6	100.0
Total		423	100.0	100.0	

Nous remarquons que 93,6% des sociétés n'ont pas créé de nouveaux postes d'emploi avec l'entrée en vigueur des accords d'associations, contre 6,4% qui disent avoir créé de nouveaux postes d'emploi.

L'entrée en vigueur des accords d'association n'a pas eu d'effet positif sur la création d'emploi au sein des sociétés, vu que la majorité d'entre elles, n'ont pas créé de nouveaux postes d'emploi.

Tableau 12 : résultat du tri à plat de la question 1

Q12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	121	20	4.7	4.7	4.7
	122	403	95.3	95.3	100.0
Total		423	100.0	100.0	

Nous remarquons que 95,3% des sociétés ont vu leurs investissements diminuer avec l'entrée en vigueur des accords d'association, seulement 4,7% des sociétés ont augmenté la part de leurs investissements.

L'investissement est une partie très importante dans la comptabilité d'une société, plus la société a la possibilité d'investir, plus elle contribue à l'augmentation du PIB du pays.

Tableau 13 : résultat du tri à plat de la question 13

Q13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 131	422	99.8	99.8	99.8
132	1	.2	.2	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous remarquons que 99,8% des sociétés pensent que leurs parts de marché dans les pays de l'UE sont très mauvaises.

Les entreprises algériennes ont du mal à exporter leurs produits vers les marchés européens, et de ce fait leurs parts de marché ne peuvent évoluer dans la communauté européenne.

Tableau 14 : résultat du tri à plat de la question 14

Q14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 141	232	54.8	54.8	54.8
142	191	45.2	45.2	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous constatons que 54,8% des sociétés ont avoué que leurs produits sont moins chers depuis l'entrée en vigueur des accords d'association, 45,2% disent que le prix de leurs produits a soit stagné soit augmenté.

La baisse des prix des produits depuis l'entrée en vigueur des accords d'association, est due principalement au fait de la diminution des droits de douane, mais seulement la moitié des entreprises questionnées, a avoué ce fait.

Tableau 15 : résultat du tri à plat de la question 15

Q15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 151	423	100.0	100.0	100.0

Nous constatons que toutes les sociétés (100%) disent que leurs objectifs ont changé depuis l'entrée en vigueur des accords d'association.

Les sociétés doivent changer leurs objectifs face à la concurrence des sociétés européennes.

Tableau 16 : résultat du tri à plat de la question 16

Q16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 162	423	100.0	100.0	100.0

Nous constatons que toutes les sociétés (100%) sont contre les accords d'association, car pour la majorité de ces entreprises, les termes des accords, donnent plus d'avantages aux sociétés étrangères, et qu'elles ne sont pas prêtes à affronter leur concurrence.

Tableau 17 : résultat du tri à plat de la question 17

Q17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 171	362	85.6	85.6	85.6
172	56	13.2	13.2	98.8
173	5	1.2	1.2	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous constatons que 85,6% des sociétés pensent que l'incitation au travail due à la concurrence peut être un avantage des accords d'association, 13,2% disent que la tendance à l'innovation peut être un avantage des accords d'association, seulement 1,3% pensent que l'avantage des accords d'association est que les sociétés rentrent dans l'ère de la mondialisation.

Les sociétés qui sont incitées au travail vont faire plus d'efforts pour innover, et pourront faire face à la concurrence européenne.

Tableau 18 : résultat du tri à plat de la question 18

Q18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 181	68	16.1	16.1	16.1
182	51	12.1	12.1	28.1
183	143	33.8	33.8	61.9
184	161	38.1	38.1	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous constatons que 38,1% des sociétés disent que l'inconvénient des accords d'association est l'incapacité de pénétrer et d'atteindre les marchés de l'UE, 33,8% des sociétés disent que l'inconvénient des accords d'association est que le marché Algérien est inondé de produits étrangers, 16,1% d'entre eux disent que l'inconvénient est la perte de parts de marchés, et 12,1% disent que le risque de faillite est l'inconvénient des accords d'associations.

Les sociétés doivent se mettre à niveau et faire beaucoup d'effort pour faire face à la concurrence européenne.

Tableau 19 : résultat du tri à plat de la question 19

Q19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 191	43	10.2	10.2	10.2
192	380	89.8	89.8	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous remarquons que pour 89,8% des sociétés, l'entrée en vigueur des accords d'association n'a pas entraîné un changement de fournisseurs, 10,2% disent avoir changé de fournisseurs avec l'entrée en vigueur des accords d'associations.

Les sociétés sont restées fidèles à leurs fournisseurs, et l'entrée en vigueur des accords d'association n'a pas eu d'effet sur un changement au niveau des fournisseurs.

Tableau 20 : résultat du tri à plat de la question 20

Q20

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 201	74	17.5	17.5	17.5
202	349	82.5	82.5	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous constatons que 82,5% des sociétés n'ont pas attiré de nouveaux clients avec l'entrée en vigueur des accords d'association, seulement 17,5% disent avoir attiré de nouveaux clients.

Les sociétés Algériennes ont vu leurs clients se tourner vers les nouveaux produits européens.

Tableau 21 : résultat du tri à plat de la question 21

Q21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 211	301	71.2	71.2	71.2
212	122	28.8	28.8	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous constatons que 71,2% des sociétés ont réalisé des économies d'échelles depuis l'entrée en vigueur des accords d'association, 28,8% n'ont pas pu réaliser des économies d'échelles.

La diminution des droits de douane, la baisse des couts de productions ont permis aux sociétés Algériennes de réaliser des économies d'échelles.

Tableau 22 : résultat du tri à plat de la question 22

Q22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 221	301	71.2	71.2	71.2
222	122	28.8	28.8	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous constatons que 71,2% des sociétés ont vu leurs charges baisser depuis l'entrée en vigueur des accords d'associations, 28,8% disent que leurs charges n'ont pas baissé.

Les charges ont baissé grâce aux économies d'échelles que les sociétés ont pu réaliser.

Tableau 23 : résultat du tri à plat de la question 23

Q23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 232	423	100.0	100.0	100.0

Nous constatons que 100% des sociétés questionnées disent que depuis l'entrée en vigueur des accords d'association, leur compétitivité a diminué.

La mise à niveau des entreprises algériennes est indispensable pour faire face à la concurrence européenne, et pour être plus compétitives.

Tableau 24 : résultat du tri à plat de la question 24

Q24

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 242	423	100.0	100.0	100.0

Nous constatons que 100% des sociétés questionnées pensent que les accords d'association n'ont pas entraîné une augmentation flagrante et importante de leurs exportations.

Les produits Algériens ne répondent pas encore aux normes européennes, donc les exportations ont du mal à décoller.

Tableau 25 : résultat du tri à plat de la question 25

Q25

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 252	411	97.2	97.2	97.2
253	12	2.8	2.8	100.0
Total	423	100.0	100.0	

Nous remarquons que 97,2% des sociétés sont plutôt d'accord avec l'idée que les produits étrangers seront moins chers lors de la création de la zone de libre-échange avec les pays de l'UE, 2,8% d'entre elles sont sans opinion.

Avec la zone de libre-échange il n'y aura plus de droits de douane à payer, donc les produits seront théoriquement moins chers.

Tableau 26 : résultat du tri à plat de la question 26

Q26

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 262	423	100.0	100.0	100.0

Nous remarquons que toutes les sociétés pensent que la création d'une zone de libre-échange ne va pas augmenter leur compétitivité. Cette zone, va voir les produits européens, entrer en Algérie avec une grande facilité, et avec la fin du paiement des droits de douane, le prix de ces produits sera au même niveau ou moins cher que les produits locaux et avec une meilleure qualité.

2.2 Tris croisés

Nous allons maintenant étudier les résultats des tris croisés qui sont constatés par rapport à l'entrée en vigueur des accords d'association :

Tableau 27 : résultat du tri croisé des questions 2 et 4

Q2 * Q4 Crosstabulation

			Q4		Total
			41	42	
Q2	21	Count	190	66	256
		% of Total	44.9%	15.6%	60.5%
	22	Count	107	60	167
		% of Total	25.3%	14.2%	39.5%
Total		Count	297	126	423
		% of Total	70.2%	29.8%	100.0%

Nous constatons que 44,9% des sociétés questionnées déclarent avoir augmenté leurs importations de produits tout en diminuant leurs couts de productions, ceci peut vouloir dire que les intrants, matières premières et produits semi fini sont devenus moins chers suite à la diminution des droits de douanes.

25,3% ont diminué leurs couts de productions mais n'ont pas augmenté leurs importations de la communauté Européenne, ceci veut dire que ces sociétés, importent des pays dont la main d'œuvre est moins chère, tel que la Chine, la Thaïlande, etc.

15,6% ont augmenté leurs importations de la Communauté Européenne, mais leurs couts de productions n'ont pas diminué.

14,2% n'ont ni augmenté leurs importations de la communauté, ni diminué leurs couts de production.

Tableau 28 : résultat du tri croisé des questions 2 et 5

Q2 * Q5 Crosstabulation

			Q5		Total
			51	52	
Q2	21	Count	4	252	256
		% of Total	.9%	59.6%	60.5%
	22	Count	6	161	167
		% of Total	1.4%	38.1%	39.5%
Total		Count	10	413	423
		% of Total	2.4%	97.6%	100.0%

59,6% des sociétés ont augmenté leurs importations de la communauté, et ont pu réaliser des profits, ces profits résultent de la diminution des couts de productions.

38,1% n'ont ni augmenté leurs importations de la communauté, ni pu réaliser des profits. Les sociétés qui n'ont pas augmenté leurs importations de la communauté européenne ont préféré se tourner vers d'autres pays, tel que les pays asiatiques.

1,4% n'ont pas réalisé une augmentation de profit et n'ont pas augmenté leurs importations.

0,9% ont augmenté leurs importations mais ont connu une baisse du profit.

Tableau 29 : résultat du tri croisé des questions 2 et 12

Q2 * Q12 Crosstabulation

			Q12		Total
			121	122	
Q2	21	Count	8	248	256
		% of Total	1.9%	58.6%	60.5%
	22	Count	12	155	167
		% of Total	2.8%	36.6%	39.5%
Total		Count	20	403	423
		% of Total	4.7%	95.3%	100.0%

58,6% des sociétés ont augmenté leurs importations, mais la part de leurs investissements n'a pas augmenté. Ces sociétés préfèrent garder leur profit tel quel, et ne pas investir.

36,6% n'ont ni augmenté la part de leurs investissements, ni augmenté leurs importations.

2,8% n'ont pas augmenté leurs importations, mais ont pu augmenter la part de leurs investissements.

1,9 % ont augmenté la part de leurs investissements, et ont augmenté leurs importations.

Tableau 30 : résultat du tri croisé des questions 2 et 14

Q2 * Q14 Crosstabulation

			Q14		Total
			141	142	
Q2	21	Count	129	127	256
		% of Total	30.5%	30.0%	60.5%
	22	Count	103	64	167
		% of Total	24.3%	15.1%	39.5%
Total		Count	232	191	423
		% of Total	54.8%	45.2%	100.0%

30,5% des sociétés ont augmenté leurs importations et le prix de leurs produits a diminué. Cette diminution est due à la baisse des droits de douane.

30% ont augmenté leurs importations mais le prix de leurs produits n'a pas diminué. Ces produits dont les prix n'ont pas diminué, ne sont pas encore touchés par la baisse des droits de douane.

24,3% n'ont pas augmenté leurs importations, et le prix de leurs produits a diminué.

15,1% n'ont pas augmenté leurs importations, et n'ont pas diminué le prix de leurs produits.

Tableau 31 : résultat du tri croisé des questions 2 et 21

Q2 * Q21 Crosstabulation

			Q21		Total
			211	212	
Q2	21	Count	187	69	256
		% of Total	44.2%	16.3%	60.5%
	22	Count	114	53	167
		% of Total	27.0%	12.5%	39.5%
Total		Count	301	122	423
		% of Total	71.2%	28.8%	100.0%

44,2% des sociétés ont augmenté leurs importations et ont réalisé des économies d'échelles. Ces économies d'échelles sont réalisées grâce à la diminution des couts de productions.

27% ont réalisé des économies d'échelles sans augmenter les importations de l'UE.

16,3% ont augmenté leurs importations mais n'ont pas réalisé des économies d'échelles.

12,5% n'ont pas augmenté leurs importations et n'ont pas réalisé des économies d'échelles.

Tableau 32 : résultat du tri croisé des questions 2 et 22

Q2 * Q22 Crosstabulation

			Q22		Total
			221	222	
Q2	21	Count	187	69	256
		% of Total	44.2%	16.3%	60.5%
	22	Count	114	53	167
		% of Total	27.0%	12.5%	39.5%
Total		Count	301	122	423
		% of Total	71.2%	28.8%	100.0%

44,2% des sociétés ont augmenté leurs importations, et ont connu une baisse dans leurs charges. La diminution des charges est due à la réalisation des économies d'échelles.

27% des sociétés ont connu une baisse dans leurs charges, mais n'ont pas augmenté leurs importations.

16,3% ont augmenté leurs importations mais n'ont pas connu une baisse dans leurs charges.

12,5% n'ont pas augmenté leurs importations et n'ont pas diminué leurs charges.

Tableau 33 : résultat du tri croisé des questions 4 et 5

Q4 * Q5 Crosstabulation

			Q5		Total
			51	52	
Q4	41	Count	8	289	297
		% of Total	1.9%	68.3%	70.2%
	42	Count	2	124	126
		% of Total	.5%	29.3%	29.8%
Total		Count	10	413	423
		% of Total	2.4%	97.6%	100.0%

68,3% des sociétés ont diminué leurs couts de productions, et ont augmenté leur profit. La diminution des couts de productions a permis aux sociétés d'économiser beaucoup d'argent, et ça s'est traduit par une augmentation des profits.

29,3% ont augmenté leur profit sans avoir diminué leurs couts de productions.

1,9% ont diminué leurs couts de productions, et leur profit a baissé.

0,5% n'ont pas diminué leurs couts de productions, et leur profit a augmenté.

Tableau 34 : résultat du tri croisé des questions 4 et 12

Q4 * Q12 Crosstabulation

			Q12		Total
			121	122	
Q4	41	Count	13	284	297
		% of Total	3.1%	67.1%	70.2%
	42	Count	7	119	126
		% of Total	1.7%	28.1%	29.8%
Total		Count	20	403	423
		% of Total	4.7%	95.3%	100.0%

67,1% des sociétés ont diminué leurs couts de productions, mais n'ont pas augmenté la part de leur investissement. Le surplus d'argent économisé s'est transformé en profit, les sociétés préfèrent avoir une part importante de profits au lieu d'investir.

28,1% n'ont pas diminué leurs couts de productions et n'ont pas augmenté la part de leur investissement.

3,2% ont diminué leurs couts de productions, et ont augmenté la part de leur investissement.

1.7% n'ont pas diminué leurs couts de productions et ont augmenté la part de leur investissement.

Tableau 35 : résultat du tri croisé des questions 4 et 14

Q4 * Q14 Crosstabulation

			Q14		Total
			141	142	
Q4	41	Count	166	131	297
		% of Total	39.2%	31.0%	70.2%
	42	Count	66	60	126
		% of Total	15.6%	14.2%	29.8%
Total		Count	232	191	423
		% of Total	54.8%	45.2%	100.0%

Pour 39,2% des sociétés, les couts de production ont diminué et le prix de leurs produits a diminué, ce résultat est tout à fait compréhensible.

31% ont diminué leurs couts de production mais le prix de leurs produits n'a pas baissé.

Pour 15,6% le prix de leurs produits a diminué sans que leurs couts de productions ne diminuent.

14,2% n'ont pas diminué leurs couts de production, et le prix de leurs produits n'a pas diminué.

Tableau 36 : résultat du tri croisé des questions 4 et 21

Q4 * Q21 Crosstabulation

			Q21		Total
			211	212	
Q4	41	Count	211	86	297
		% of Total	49.9%	20.3%	70.2%
	42	Count	90	36	126
		% of Total	21.3%	8.5%	29.8%
Total		Count	301	122	423
		% of Total	71.2%	28.8%	100.0%

49,9% des sociétés ont diminué leurs couts de production et ont réalisé des économies d'échelle. L'économie d'échelle résulte de la diminution des couts de productions.

21,3% n'ont pas diminué leurs couts de production et ont réalisé des économies d'échelle.

20,3% ont diminué leurs couts de production mais n'ont pas réalisé des économies d'échelle.

8,5% n'ont pas diminué leurs couts de production et n'ont pas réalisé des économies d'échelle.

Tableau 37 : résultat du tri croisé des questions 4 et 22

Q4 * Q22 Crosstabulation

			Q22		Total
			221	222	
Q4	41	Count	211	86	297
		% of Total	49.9%	20.3%	70.2%
	42	Count	90	36	126
		% of Total	21.3%	8.5%	29.8%
Total		Count	301	122	423
		% of Total	71.2%	28.8%	100.0%

49,9% des sociétés ont diminué leurs couts de production et leurs charges ont baissé. La diminution des couts de productions va entrainer une baisse des charges.

21,3% n'ont pas diminué leurs couts de production et ont diminué leurs charges.

20,3% ont diminué leurs couts de production mais n'ont pas diminué leurs charges.

8,5% n'ont pas diminué leurs couts de production et n'ont pas diminué leurs charges.

Tableau 38 : résultat du tri croisé des questions 5 et 12

Q5 * Q12 Crosstabulation

			Q12		Total
			121	122	
Q5	51	Count	2	8	10
		% of Total	.5%	1.9%	2.4%
	52	Count	18	395	413
		% of Total	4.3%	93.4%	97.6%
Total		Count	20	403	423
		% of Total	4.7%	95.3%	100.0%

Pour 95,3% des sociétés leur profit n'a pas baissé, mais leurs investissements n'ont pas augmenté. Ces sociétés préfèrent garder leur profit et ne pas l'investir.

4,3% ont baissé leur profit et ont augmenté leurs investissements.

1,9% ont baissé leur profit et n'ont pas augmenté leurs investissements.

0,5% ont baissé leur profit et ont augmenté leurs investissements.

Tableau 39 : résultat du tri croisé des questions 5 et 14

Q5 * Q14 Crosstabulation

			Q14		Total
			141	142	
Q5	51	Count	8	2	10
		% of Total	1.9%	.5%	2.4%
	52	Count	224	189	413
		% of Total	53.0%	44.7%	97.6%
Total		Count	232	191	423
		% of Total	54.8%	45.2%	100.0%

Pour 53% des sociétés leur profit n'a pas baissé, et le prix de leurs produits a diminué. La diminution des prix est liée à la baisse des coûts de productions, et cette baisse des prix a entraîné l'augmentation du profit.

Pour 44,7%, leur profit n'a pas baissé, et le prix de leurs produits n'a pas diminué.

Pour 1,9%, leur profit a baissé et le prix de leurs produits a diminué.

Pour 0,5%, leur profit a baissé et le prix de leurs produits n'a pas diminué.

Tableau 40 : résultat du tri croisé des questions 5 et 21

Q5 * Q21 Crosstabulation

			Q21		Total
			211	212	
Q5	51	Count	4	6	10
		% of Total	.9%	1.4%	2.4%
	52	Count	297	116	413
		% of Total	70.2%	27.4%	97.6%
Total		Count	301	122	423
		% of Total	71.2%	28.8%	100.0%

Pour 70,2% des sociétés leur profit n'a pas baissé et ont réalisé des économies d'échelle. Les économies d'échelle ont entraîné une augmentation du profit.

27,4% leur profit n'a pas baissé et n'ont pas réalisé des économies d'échelle.

1,4% leur profit a baissé et n'ont pas réalisé des économies d'échelle.

0,9% leur profit a baissé et ont réalisé des économies d'échelle.

Tableau 41 : résultat du tri croisé des questions 5 et 22

Q5 * Q22 Crosstabulation

			Q22		Total
			221	222	
Q5	51	Count	4	6	10
		% of Total	.9%	1.4%	2.4%
	52	Count	297	116	413
		% of Total	70.2%	27.4%	97.6%
Total		Count	301	122	423
		% of Total	71.2%	28.8%	100.0%

Pour 70,2% des sociétés leur profit n'a pas baissé et leurs charges ont baissé. La diminution des charges a entraîné l'augmentation du profit.

27,4% leur profit n'a pas baissé et n'ont pas baissé leurs charges.

1,4% leur profit a baissé et n'ont pas diminué leurs charges.

0,9% leur profit a baissé et ont baissé leurs charges.

Tableau 42 : résultat du tri croisé des questions 12 et 14

Q12 * Q14 Crosstabulation

			Q14		Total
			141	142	
Q12	121	Count	12	8	20
		% of Total	2.8%	1.9%	4.7%
	122	Count	220	183	403
		% of Total	52.0%	43.3%	95.3%
Total		Count	232	191	423
		% of Total	54.8%	45.2%	100.0%

Pour 52% des sociétés, leurs investissements ont baissé, et le prix de leurs produits a diminué. La diminution des prix a entraîné une augmentation des profits, ces sociétés préfèrent garder leur profit au lieu de l'investir.

43,3% ont baissé leurs investissements et le prix de leurs produits n'a pas baissé.

2,8% leurs investissements ont augmenté et le prix de leurs produits a diminué.

1,9% leurs investissements ont augmenté et le prix de leurs produits n'a pas diminué.

Tableau 43 : résultat du tri croisé des questions 12 et 21

Q12 * Q21 Crosstabulation

			Q21		Total
			211	212	
Q12	121	Count	0	20	20
		% of Total	.0%	4.7%	4.7%
	122	Count	301	102	403
		% of Total	71.2%	24.1%	95.3%
Total		Count	301	122	423
		% of Total	71.2%	28.8%	100.0%

71,2% des sociétés ont baissé leurs investissements et ont réalisé des économies d'échelle. La réalisation des économies d'échelle n'a pas entraîné l'augmentation des investissements.

24,1% leurs investissements ont baissé et n'ont pas réalisé des économies d'échelle.

4,7% leurs investissements ont augmenté et n'ont pas réalisé des économies d'échelle.

0% leurs investissements ont augmenté et ont réalisé des économies d'échelle.

Tableau 44 : résultat du tri croisé des questions 12 et 22

Q12 * Q22 Crosstabulation

			Q22		Total
			221	222	
Q12 121	Count	0	20	20	
	% of Total	.0%	4.7%	4.7%	
122	Count	301	102	403	
	% of Total	71.2%	24.1%	95.3%	
Total	Count	301	122	423	
	% of Total	71.2%	28.8%	100.0%	

Pour 71,2% des sociétés leurs investissements ont baissé ainsi que leurs charges.

La baisse des charges, n'a pas eu d'effet positif sur les investissements.

24,1% leurs investissements ont baissé et ont augmenté leurs charges.

4,7% leurs investissements ont augmenté et ont augmenté leurs charges.

0% leurs investissements ont augmenté et ont baissé leurs charges.

Tableau 45 : résultat du tri croisé des questions 14 et 21

Q14 * Q21 Crosstabulation

			Q21		Total
			211	212	
Q14 141	Count	151	81	232	
	% of Total	35.7%	19.1%	54.8%	
142	Count	150	41	191	
	% of Total	35.5%	9.7%	45.2%	
Total	Count	301	122	423	
	% of Total	71.2%	28.8%	100.0%	

Pour 35,7% des sociétés les prix de leurs produits ont diminué et ont réalisé des économies d'échelle. Ce fait est tout à fait compréhensible.

35,5% le prix de leurs produits a augmenté et ont réalisé des économies d'échelle.

19,1% le prix de leurs produits a diminué et n'ont pas réalisé des économies d'échelle.

9,7% le prix de leurs produits a augmenté et n'ont pas réalisé des économies d'échelle.

Tableau 46 : résultat du tri croisé des questions 14 et 22

Q14 * Q22 Crosstabulation

			Q22		Total
			221	222	
Q14	141	Count	151	81	232
		% of Total	35.7%	19.1%	54.8%
	142	Count	150	41	191
		% of Total	35.5%	9.7%	45.2%
Total		Count	301	122	423
		% of Total	71.2%	28.8%	100.0%

Pour 35,7% des sociétés le prix de leurs produits a diminué et ont baissé leurs charges. La diminution des charges résulte directement de la diminution des prix des produits.

35,5% le prix de leurs produits a augmenté et ont baissé leurs charges.

19,1% le prix de leurs produits a diminué et n'ont pas baissé leurs charges.

9,7% le prix de leurs produits a augmenté et n'ont pas baissé leurs charges.

Tableau 47 : résultat du tri croisé des questions 21 et 22

Q21 * Q22 Crosstabulation

			Q22		Total
			221	222	
Q21	211	Count	301	0	301
		% of Total	71.2%	.0%	71.2%
	212	Count	0	122	122
		% of Total	.0%	28.8%	28.8%
Total		Count	301	122	423
		% of Total	71.2%	28.8%	100.0%

71,2% ont réalisé des économies d'échelle et ont baissé leurs charges.

L'économie d'échelle va entraîner une diminution des charges.

28,8% n'ont pas réalisé des économies d'échelle et n'ont pas baissé leurs charges.

2.3 Analyse des réponses au questionnaire

Nous allons analyser les réponses des sociétés au questionnaire selon le type de question et selon le type d'activité, (les tableaux des résultats sont en annexe)

Question 1 : Avez-vous entendu parler de l'accord d'association avec l'UE?

Toutes les sociétés quel que soit leur type d'activité répondent positivement à cette question, vu toute la médiatisation qu'il y a eu autour de ce sujet nous nous attendions à cette réponse

Question 2 : Avez-vous augmenté vos importations de la communauté Européenne ?

Les sociétés qui ont augmenté de manière significative leurs importations de la communauté Européenne, après l'entrée en vigueur des accords d'associations, sont celles activant dans l'agro industrie et les matériaux de construction.

Question 3 : Avez-vous licencié une partie de votre personnel ?

La majorité des sociétés n'ont pas eu recours au licenciement suite à l'entrée en vigueur des accords d'association, uniquement 5 parmi 423 ont licencié une partie de leur personnel, ces sociétés activent dans les équipements pour les collectivités, le médical et paramédical, le papier et le carton.

Question 4 : Est ce que les coûts de production ont diminué ?

Les sociétés qui importent la matière première et les équipements nécessaires à leur activité ont vu leurs coûts de production diminuer suite à l'entrée en vigueur des accords d'association, ceci est dû à la diminution des droits de douane. Les sociétés qui ont le plus bénéficié de cet avantage sont celles activant dans l'agro industrie, l'agriculture et l'élevage, le textile et la confection, et les équipements pour les collectivités.

Question 5 : Est ce qu'il y a eu une baisse du profit ?

La quasi majorité des sociétés n'ont pas vu leur profit diminuer suite à l'entrée en vigueur des accords d'association, uniquement 10 parmi 423 avouent que leur profit a baissé.

Question 6 : Indiquez votre degré d'accord ou de désaccord avec le jugement suivant : « la stratégie de la société doit changer » ?

Les sociétés qui sont tout à fait d'accord avec l'idée que leur stratégie doit changer sont celles activant dans l'agro industrie, l'équipement pour les collectivités, le médical et paramédical.

Question 7 : Est ce que la politique de la société a changé, c'est-à-dire, maintenant est ce une politique agressive ou préférence pour la stabilité ? Les sociétés qui ont établi une politique agressive de manière significative, après l'entrée en vigueur des accords d'association sont celles activant dans l'agro industrie, l'équipement pour les collectivités et les matériaux de construction, et les sociétés activant dans l'agriculture et l'élevage, et la chimie et pétrochimie, ont préféré la stabilité de leur politique.

Question 8 : Quelles sont vos forces par rapport aux sociétés des pays de l'UE et des pays de la ZALE ?

La majorité des sociétés pensent que leur force par rapport aux sociétés de la communauté européenne est la connaissance de marché algérien, principalement celles activant dans l'agro industrie, l'agriculture et l'élevage et matériaux de construction.

Question 9 : Quelles sont vos faiblesses par rapport aux sociétés des pays de l'UE et des pays de la ZALE ?

Les sociétés activant dans l'agro industrie avouent que leurs produits sont plus chers que les produits de la communauté européenne, les sociétés activant dans le médical et paramédical pensent que leurs produits sont de moindre qualité que ceux de la communauté européenne, et les sociétés activant dans l'agriculture et l'élevage, et textile et confection pensent que les sociétés européenne ont une meilleure image de marque.

Question 10 : Où situez vous vos canaux de distributions ?

La majorité des sociétés, principalement celle activant dans l'agriculture et l'élevage, l'agro-industrie, les matériaux de construction et les équipements pour les collectivités pensent que leurs canaux de distributions sont presque efficaces

avec comme note 2, sur une échelle allant de -3 à 3. Les sociétés activant dans l'agro industrie donnent à leurs canaux de distribution une note de 1.

Question 11 : Est-ce qu'il y eu création d'emploi?

La majorité des sociétés n'ont pas créé de nouveaux postes d'emploi suite à l'entrée en vigueur des accords d'association principalement les sociétés activant dans l'agro industrie, l'agriculture et l'élevage, les matériaux de construction, les équipements pour les collectivités, le textile et la confection.

Question 12 : Avez-vous augmenté vos investissements ?

La majorité des sociétés n'a pas augmenté ses investissements suite à l'entrée en vigueur des accords d'association, principalement celle activant dans l'agro industrie, l'agriculture et l'élevage, les matériaux de construction, l'équipement pour les collectivités, et le textile et la confection.

Question 13 : Que pensez-vous de vos parts de marchés dans les pays de l'UE?

La majorité des sociétés donnent une note de -4 sur une échelle allant de -4 à 4 à leurs parts de marchés dans la communauté européenne, ceci est dû à la difficulté liée à la pénétration des marchés européens.

Question 14 : Avez-vous diminué les prix de vos produits ?

Plus de la moitié des sociétés questionnées ont diminué le prix de leurs produits principalement celle activant dans le textile et la confection, la chimie et la pétrochimie, les sociétés dont le prix de leurs produits n'a pas diminué sont majoritairement celle activant dans l'agro industrie l'agriculture et l'élevage.

Question 15 : Est ce que vos objectifs ont changé ?

Toutes les sociétés questionnées ont du changer d'objectifs après l'entrée en vigueur des accords d'association.

Question 16 : Etes vous pour ou contre les accords d'association ?

Toutes les sociétés sont contre les accords d'association, la raison principal de ce résultat est que les sociétés ne sont pas prêtes à faire face à la concurrence des sociétés de la communauté européenne.

Question 17 : selon la société, quels sont les avantages des accords d'association ?

Pour la majorité des sociétés l'avantage des accords d'association est l'incitation au travail due à la concurrence principalement pour les sociétés activant dans l'agro industrie, les matériaux de construction, et les équipements pour les collectivités. Certaines sociétés pensent que l'avantage des accords est la tendance à l'innovation, comme celles activant dans l'agriculture et l'élevage, et les équipements industriels.

Question 18 : selon la société, quels sont les inconvénients des accords d'association ?

Les avis des sociétés sont partagés, il y a celles qui pensent que l'inconvénient des accords d'association est l'incapacité de pénétrer les marchés européens comme celles activant dans l'agro-industrie, la cosmétique et la parfumerie. Certaines pensent que l'inconvénient est que le marché algérien est inondé par des produits européens comme celles activant dans les équipements pour les collectivités et les matériaux de constructions, d'autres pensent que l'inconvénient est la perte des parts de marchés comme celles activant dans la chimie et la pétrochimie. Enfin il y a celles qui pensent que l'inconvénient est le risque de faillite comme celles activant dans l'agriculture et l'élevage.

Question 19 : Avez-vous changé de fournisseurs ?

La majorité des sociétés n'ont pas changé de fournisseurs après l'entrée en vigueur des accords d'association principalement celles activant dans l'agro industrie, l'agriculture et élevage, et les matériaux de construction.

Question 20 : Avez-vous attiré de nouveaux clients ?

La majorité des sociétés n'ont pas attiré de nouveaux clients après l'entrée en vigueur des accords d'association principalement celles activant dans l'agro industrie, l'agriculture et élevage, les matériaux de construction, le textile et la confection, la chimie et la pétrochimie.

Question 21 : Avez-vous réalisé des économies d'échelles ?

La majorité des sociétés ont réalisé des économies d'échelle suite à l'entrée en vigueur des accords d'association, principalement celles activant dans l'agro-industrie, les équipements pour les collectivités, le textile et la confection.

Question 22 : Y a-t'il eu une baisse dans vos charges ?

Pour la majorité des sociétés, les charges liées à l'importation des matières premières et à la production ont diminué, principalement pour celles activant dans l'agro industrie et les équipements pour les collectivités, une partie seulement n'a pas vu ses charges baisser comme celles activant dans l'agriculture et l'élevage.

Question 23 : êtes vous plus compétitives ?

Toutes les sociétés ont répondu non à cette question, avec l'entrée en vigueur des accords d'association et face à la concurrence des sociétés européennes, elles ont perdu des parts de marchés et elles n'arrivent pas à être plus compétitives.

Question 24 : Avez-vous augmenté vos exportations vers la communauté européenne ?

Il est clair que la réponse à cette question est non, vu que toutes les sociétés questionnées n'ont pas vu leurs exportations vers la communauté européenne augmenter.

Question 25 : Indiquez votre degré d'accord ou de désaccord avec le jugement suivant : « les produits seront moins chers, avec la zone de libre échange entre l'Algérie et l'UE » ?

La majorité des sociétés questionnées, sont plutôt d'accord avec ce jugement, avec la zone de libre échange les droits de douane seront nuls, du coup les produits importés seront moins chers.

Question 26 : Croyez-vous que d'ici 2017 quand la zone de libre échange sera établie, vous serez plus compétitives ?

Toutes les sociétés questionnées répondent non à cette question, aucune société ne croit qu'elle sera plus compétitive avec la création de la zone de libre échange avec la communauté européenne.

Section 3 : Analyse des données à l'aide de la régression logistique

3.1 Les variables du modèle

Notre choix se porte sur la régression logistique avec le modèle Logit, car c'est un modèle utilisable dans le cas des variables qualitatives et il permet une meilleure interprétation économique des paramètres et donc une meilleure exploitation des résultats obtenus.

Nous allons commencer par définir la variable endogène Y et les variables explicatives exogènes X_i , $i = \{1, 2, \dots, 26\}$.

La variable endogène Y prend les valeurs suivantes :

$$Y = \begin{cases} 1 & \text{si l'impact est positif} \\ 0 & \text{sinon} \end{cases}$$

Les variables explicatives X_i , sont les réponses codifiées du questionnaire, et sont toutes des variables qualitatives à deux modalités, elles prennent la valeur 1 pour une modalité et 0 pour l'autre.

$$X_1 = \begin{cases} 1 & \text{si la société a entendu parler de l'accord d'association avec l'UE} \\ 0 & \text{sinon} \end{cases}$$

$$X_2 = \begin{cases} 1 & \text{si la société a augmenté ses importations} \\ 0 & \text{sinon} \end{cases}$$

$$X_3 = \begin{cases} 1 & \text{si la société n'a pas licencié une partie de ses employés} \\ 0 & \text{sinon} \end{cases}$$

- X4= $\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ si les couts de production ont diminué} \\ 0 \text{ sinon} \end{array} \right.$
- X5= $\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ si le profit n'a pas baissé} \\ 0 \text{ sinon} \end{array} \right.$
- X6= $\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ si la société est tout à fait d'accord avec l'idée que sa stratégie doit changer} \\ 0 \text{ sinon} \end{array} \right.$
- X7= $\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ si la politique de la société est une politique agressive} \\ 0 \text{ sinon} \end{array} \right.$
- X8= $\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ si la connaissance du marché Algérien représente une force pour la société} \\ 0 \text{ sinon} \end{array} \right.$
- X9= $\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ si les sociétés de l'UE ont une meilleure image de marque} \\ 0 \text{ sinon} \end{array} \right.$
- X10= $\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ si les canaux de distribution de la société sont efficaces} \\ 0 \text{ sinon} \end{array} \right.$
- X11= $\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ si la société a crée de nouveaux postes d'emploi} \\ 0 \text{ sinon} \end{array} \right.$
- X12= $\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ si les investissements de la société ont augmenté} \\ 0 \text{ sinon} \end{array} \right.$
- X13= $\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ si la société a de très bonnes parts de marché dans les pays de l'UE} \\ 0 \text{ sinon} \end{array} \right.$
- X14= $\left\{ \begin{array}{l} 1 \text{ si les prix des produits de la société ont diminué} \\ 0 \text{ sinon} \end{array} \right.$

- X15= { 1 si les objectifs de la société ont changé
0 sinon
- X16= { 1 si la société est 'pour' les accords d'association
0 sinon
- X17= { 1 si l'avantage de l'accord d'association est l'incitation au travail
0 sinon
- X18= { 1 si l'inconvénient est l'incapacité d'atteindre les marchés des pays de l'UE
0 sinon
- X19= { 1 si la société a changé de fournisseurs
0 sinon
- X20= { 1 si la société a attiré de nouveaux clients
0 sinon
- X21= { 1 si la société a réalisé des économies d'échelles
0 sinon
- X22= { 1 si les charges de la société ont baissé
0 sinon
- X23= { 1 si la société est plus compétitive
0 sinon
- X24= { 1 si les exportations de la société vers les pays de l'UE ont augmenté
0 sinon
- X25= { 1 si les prix des produits seront moins chers avec la zone de libre échange
0 sinon
- X26= { 1 si la société sera plus compétitive avec la zone de libre échange
0 sinon

3.2 Le choix du modèle

Nous allons utiliser la méthode Forward Stepwise (Likelihood Ratio), à l'aide de l'outil SPSS, avec cette méthode vont apparaître uniquement les variables dont les paramètres estimés sont significativement différents de zéro, c'est-à-dire les variables qui ont le plus d'influence sur l'impact positif des accords d'association sur l'efficacité des sociétés.

Nous allons voir si nos variables explicatives peuvent expliquer l'impact positif de l'accord d'association, ou si toutes nos variables n'ont aucun effet sur l'impact positif, et donc l'impact est négatif, car si nous ne trouvons aucune explication à un éventuel impact positif, ça voudra dire qu'il n'y en a probablement aucun, et que l'impact est au contraire négatif.

Nos hypothèses de travail seront :

H0: aucune variable n'explique l'impact positif, et donc, les accords d'association ont un impact négatif sur l'efficacité des entreprises algériennes

H1 : une ou plusieurs variables expliquent l'impact positif des accords d'association sur l'efficacité des entreprises algériennes.

En d'autres termes :

H0 : $B_i=0$

H1 : $B_i \neq 0$

Nous allons d'abord voir quel modèle est le plus significatif et ensuite nous allons analyser les paramètres estimés.

Dans notre recherche nous allons nous intéresser à la significativité globale du modèle, au signe du paramètre ' β ' et à sa significativité.

Le logiciel SPSS, grâce à la méthode choisie (forward stepwise) va nous donner pas à pas les variables explicatives de l'impact positif, nous allons voir toutes les étapes, et tenter de choisir le modèle à l'étape où sa significativité est la meilleure.

Tableau 48 : Tableau récapitulatif de la significativité global des modèles

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	458.921	0.166	0.231
2	397.750	0.278	0.387
3	357.627	0.344	0.478
4	322.817	0.395	0.551
5	290.965	0.439	0.612
6	256.907	0.483	0.672
7	205.289	0.542	0.755
8	177.229	0.571	0.796
9	152.556	0.596	0.830
10	125.415	0.621	0.865
11	73.448	0.665	0.926
12	42.462	0.688	0.959
13	22.643	0.703	0.978
14	10.008	0.711	0.991
15	2.773	0.716	0.997

La statistique que nous allons prendre en considération est le -2 log likelihood, plus petite est cette valeur, meilleur est le modèle.

Tableau 49 : Tableau récapitulatif du test de Hosmer et Lemeshow

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	df	Sig.
1	0.000	0	.
2	0.574	2	0.750
3	4.273	5	0.511
4	19.941	8	0.011
5	10.570	8	0.227
6	12.217	8	0.142
7	1.341	8	0.995
8	9.033	8	0.340
9	9.092	8	0.335
10	10.540	8	0.229
11	1.675	8	0.989
12	0.731	8	0.999
13	0.696	7	0.998
14	0.000	7	1.000
15	0.000	8	1.000

Le test de Hosmer et Lemeshow évalue la qualité de l'ajustement, il teste les deux hypothèses suivantes :

H0 : l'ajustement est bon

H1 : l'ajustement est mauvais

Avec un seuil de significativité de 5%, uniquement le modèle proposé à l'étape 4 n'est pas significatif avec la valeur 'Sig' de 0.011 qui est inférieur à 0.05 et la valeur empirique du Chi-deux 19.941 est supérieure à sa valeur critique de 15,5073(d'après la table du Chi-deux).

Donc nous acceptons H1 pour le modèle 4, et acceptons H0 pour tous les autres modèles, vu que leur significativité est supérieure à 5%, c'est-à-dire que tous les modèles, sauf le 4, sont bien calibrés.

Tableau 50 : Estimation des paramètres du model Logit.

		B	S.E.	Wald	df	Sig.
Step 1	X6	2.430	0.349	48.455	1	0.000
	Constant	-2.588	0.328	62.282	1	0.000
Step 2	X6	2.438	0.359	46.021	1	0.000
	X21	2.560	0.417	37.656	1	0.000
	Constant	-4.684	0.517	82.190	1	0.000
Step 3	X6	3.262	0.412	62.738	1	0.000
	X9	1.757	0.300	34.241	1	0.000
	X21	2.723	0.445	37.511	1	0.000
	Constant	-6.282	0.648	93.845	1	0.000
Step 4	X6	3.332	0.441	57.208	1	0.000
	X9	1.840	0.322	32.699	1	0.000
	X18	1.610	0.286	31.749	1	0.000
	X21	2.938	0.483	37.073	1	0.000
	Constant	-7.310	0.763	91.864	1	0.000
Step 5	X2	1.712	0.324	27.924	1	0.000
	X6	3.520	0.467	56.807	1	0.000
	X9	2.034	0.349	33.901	1	0.000
	X18	1.647	0.305	29.235	1	0.000
	X21	2.967	0.497	35.684	1	0.000
	Constant	-8.682	0.866	100.598	1	0.000
Step 6	X2	2.100	0.363	33.415	1	0.000
	X6	3.924	0.539	53.088	1	0.000
	X9	1.954	0.372	27.559	1	0.000
	X18	1.783	0.332	28.847	1	0.000
	X20	2.584	0.492	27.617	1	0.000
	X21	3.731	0.593	39.623	1	0.000

	Constant	-10.433	1.090	91.616	1	0.000
Step 7	X2	3.011	0.465	41.894	1	0.000
	X6	4.200	0.607	47.842	1	0.000
	X9	2.441	0.443	30.311	1	0.000
	X14	2.913	0.487	35.844	1	0.000
	X18	2.847	0.449	40.236	1	0.000
	X20	3.920	0.638	37.742	1	0.000
	X21	5.224	0.781	44.731	1	0.000
	Constant	-15.026	1.678	80.190	1	0.000
Step 8	X2	3.000	0.502	35.737	1	0.000
	X4	2.273	0.474	22.944	1	0.000
	X6	5.333	0.740	51.910	1	0.000
	X9	2.912	0.500	33.872	1	0.000
	X14	3.283	0.537	37.426	1	0.000
	X18	3.297	0.505	42.583	1	0.000
	X20	4.197	0.691	36.888	1	0.000
	Constant	-18.961	2.118	80.144	1	0.000
Step 9	X2	3.641	0.600	36.769	1	0.000
	X4	2.594	0.526	24.315	1	0.000
	X6	6.311	0.852	54.921	1	0.000
	X9	3.652	0.604	36.586	1	0.000
	X11	3.781	0.858	19.411	1	0.000
	X14	3.908	0.646	36.646	1	0.000
	X18	3.884	0.606	41.135	1	0.000
	X20	4.715	0.796	35.121	1	0.000
	Constant	-22.511	2.624	73.617	1	0.000
Step 10	X2	4.436	0.769	33.305	1	0.000
	X4	3.235	0.614	27.736	1	0.000
	X6	7.811	1.086	51.773	1	0.000
	X8	4.703	1.087	18.712	1	0.000
	X9	4.645	0.788	34.739	1	0.000
	X11	5.339	1.064	25.199	1	0.000
	X14	4.882	0.844	33.440	1	0.000
	X18	5.208	0.843	38.139	1	0.000
	X20	5.798	0.979	35.062	1	0.000
	X21	8.590	1.247	47.433	1	0.000
	Constant	-32.340	4.212	58.955	1	0.000
Step 11	X2	21.924	1,194.393	0.000	1	0.985
	X4	5.260	1.174	20.080	1	0.000
	X6	26.669	1,194.395	0.000	1	0.982
	X8	22.720	1,194.394	0.000	1	0.985
	X9	21.647	1,194.393	0.000	1	0.986
	X11	23.241	1,194.394	0.000	1	0.984
	X14	22.504	1,194.393	0.000	1	0.985
	X17	22.703	1,194.394	0.000	1	0.985

	X18	23.411	1,194.393	0.000	1	0.984
	X20	22.720	1,194.393	0.000	1	0.985
	X21	28.343	1,194.395	0.001	1	0.981
	Constant	-		0.000	1	0.984
		146.649	7,166.362			
Step 12	X2	24.692	1,032.918	0.001	1	0.981
	X4	8.857	2.043	18.793	1	0.000
	X6	31.991	1,032.923	0.001	1	0.975
	X8	25.907	1,032.920	0.001	1	0.980
	X9	25.305	1,032.920	0.001	1	0.980
	X11	28.110	1,032.921	0.001	1	0.978
	X14	27.825	1,032.922	0.001	1	0.979
	X17	25.202	1,032.920	0.001	1	0.981
	X18	28.466	1,032.921	0.001	1	0.978
	X19	8.783	3.110	7.977	1	0.005
	X20	27.256	1,032.920	0.001	1	0.979
	X21	34.116	1,032.926	0.001	1	0.974
	Constant	-		0.001	1	0.977
		174.806	6,197.528			
Step 13	X2	60.199	1,529.490	0.002	1	0.969
	X4	44.446	1,212.580	0.001	1	0.971
	X6	99.806	2,597.998	0.001	1	0.969
	X7	41.118	2,064.408	0.000	1	0.984
	X8	70.500	1,884.986	0.001	1	0.970
	X9	73.095	1,884.990	0.002	1	0.969
	X11	73.067	1,884.987	0.002	1	0.969
	X14	75.301	1,884.996	0.002	1	0.968
	X17	58.893	1,529.491	0.001	1	0.969
	X18	74.399	1,884.989	0.002	1	0.969
	X19	44.195	7,600.341	0.000	1	0.995
	X20	61.273	1,529.494	0.002	1	0.968
	X21	103.574	2,597.999	0.002	1	0.968
	Constant	-		0.002	1	0.968
		525.590	13,130.231			
Step 14	X2	71.296	1,841.349	0.001	1	0.969
	X4	67.448	1,931.013	0.001	1	0.972
	X6	110.833	2,748.532	0.002	1	0.968
	X7	55.725	2,082.533	0.001	1	0.979
	X8	75.107	5,012.249	0.000	1	0.988
	X9	96.213	2,381.357	0.002	1	0.968
	X10	71.563	46,528.876	0.000	1	0.999
	X11	84.742	2,125.198	0.002	1	0.968
	X14	82.880	2,183.936	0.001	1	0.970
	X17	81.467	3,592.966	0.001	1	0.982
	X18	71.409	1,901.967	0.001	1	0.970
	X19	67.176	2,968.071	0.001	1	0.982
	X20	71.296	1,841.350	0.001	1	0.969
	X21	113.605	2,748.530	0.002	1	0.967
	Constant	-		0.002	1	0.967
		630.884	15,354.011			
Step 15	X2	57.542	2,172.274	0.001	1	0.979
	X3	63.005	13,629.495	0.000	1	0.996

X4	49.439	2,532.685	0.000	1	0.984
X6	62.211	2,518.007	0.001	1	0.980
X7	50.507	5,894.667	0.000	1	0.993
X8	67.281	5,462.841	0.000	1	0.990
X9	66.034	3,092.704	0.000	1	0.983
X10	53.943	57,952.838	0.000	1	0.999
X11	59.839	2,293.186	0.001	1	0.979
X14	63.672	2,576.239	0.001	1	0.980
X17	59.276	7,048.556	0.000	1	0.993
X18	71.428	2,516.148	0.001	1	0.977
X19	47.324	2,185.094	0.000	1	0.983
X20	71.765	2,493.908	0.001	1	0.977
X21	106.208	3,351.859	0.001	1	0.975
Constant	-	22,191.357	0.001	1	0.980
	560.947				

Dans les tableaux d'estimations, nous trouvons les valeurs des paramètres estimés ' β ', leur écart type 'S.E', la valeur de la statistique de Wald, leur significativité 'Sig', et l'exponentielle du paramètre.

Nous allons nous intéresser à ce stade à la colonne 'Sig'

D'après ce tableau les modèles proposés aux étapes 1, 2....., 10 sont tous significatifs au seuil de 5 %.

Dans les modèles 11 et 12, il n'y a que la variable X4 qui est significative au seuil de 5%.

Les modèles 13, 14 et 15 sont non significatifs au seuil de 5%.

Nous allons choisir notre modèle à l'aide des résultats précédents.

D'après le tableau 50, les modèles significatifs sont les modèles de 1 à 10, car leurs paramètres sont tous significatifs au seuil de 5%.

D'après le tableau 49, tous les modèles sont significatifs, sauf le modèle 4.

A ce stade, nous pouvons choisir les modèles suivants : 1,2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10

Nous allons nous baser sur le tableau 48, pour choisir notre modèle final,

Nous allons prendre le modèle qui a la plus petite valeur du -2 LL, et donc ce sera le modèle 10.

Notre modèle va retenir les variables explicatives suivantes :

X2, X4, X6, X8, X9, X11, X14, X18, X20, X21.

Tableau 51 : Estimations des paramètres du modèle

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 10						
X2	4.436	0.769	33.305	1	0.000	84.435
X4	3.235	0.614	27.736	1	0.000	25.406
X6	7.811	1.086	51.773	1	0.000	2,466.752
X8	4.703	1.087	18.712	1	0.000	110.268
X9	4.645	0.788	34.739	1	0.000	104.100
X11	5.339	1.064	25.199	1	0.000	208.250
X14	4.882	0.844	33.440	1	0.000	131.928
X18	5.208	0.843	38.139	1	0.000	182.750
X20	5.798	0.979	35.062	1	0.000	329.781
X21	8.590	1.247	47.433	1	0.000	5,378.201
Constant	-32.340	4.212	58.955	1	0.000	0.000

$$Y = -32.34 + 4.436X_2 + 3.235X_4 + 7.811X_6 + 4.703X_8 + 4.645X_9 + 5.339X_{11} + 4.882X_{14} + 5.208X_{18} + 5.798X_{20} + 8.590X_{21} + e$$

3.3 Analyse des paramètres du modèle :

Ce qui est important dans le modèle logit c'est le signe du paramètre (positif ou négatif), dans notre cas tous les paramètres estimés sont positifs.

La variable x2 :

La variable x2 représente l'augmentation des importations, le signe du paramètre estimé b2 est positif, donc cette variable influence positivement l'impact de l'accord d'association.

Un des objectifs de l'accord d'association est la libre circulation des marchandises, qui tend à une zone de libre échange entre l'Algérie et les pays de l'UE, lorsque cette zone sera établie, les marchandises originaires de l'UE seront importées plus facilement, avec en plus, aucun droit de douane à l'entrée des frontières, et donc nous pouvons nous attendre à une augmentation des importations.

Ce n'est qu'à long terme que nous allons voir que l'augmentation des importations aura un impact positif sur l'efficacité des sociétés algériennes.

La variable x4 :

La variable x4 représente les coûts de productions, le signe du paramètre estimé b4 est positif et donc cette variable influence positivement l'impact de l'accord d'association.

Puisque l'accord d'association stipule que les droits de douanes vont progressivement diminuer jusqu'à la réalisation de la zone de libre échange, donc les intrants et les produits entrant dans le processus de production seront (théoriquement) de plus en plus moins chers, donc les coûts de production vont au final diminuer.

Nous pouvons déjà dire que la réduction des coûts de production est un fait qui a été constaté à court terme.

La variable x6 :

Cette variable représente l'idée que la stratégie de la société doit changer, le signe du paramètre estimé b6 est positif, donc cette variable influence positivement l'impact de l'accord d'association.

Avec l'entrée en vigueur de l'accord d'association, l'entrée dans l'ère de la mondialisation, et l'augmentation de la concurrence, il est clair que la société ne doit plus fonctionner pareil que dans une économie fermée et doit obligatoirement changer de stratégie, pour faire face à la concurrence et espérer rester pérenne.

Les sociétés qui adoptent une nouvelle stratégie pour faire face à la concurrence sont celles qui arrivent le mieux à bénéficier des avantages de l'accord et être plus efficaces.

La variable x8 :

Cette variable représente la connaissance du marché algérien, le signe du paramètre estimé b8 est positif, donc cette variable influence positivement l'impact de l'accord d'association.

Probablement que les sociétés qui connaissent mieux la demande des consommateurs algériens, résistent mieux à la concurrence des sociétés de l'UE, elles peuvent mieux profiter des termes de l'accord d'association et savent tirer profit de ses avantages pour être efficaces.

La variable x9 :

Cette variable représente l'image de marque des sociétés de l'UE, le signe du paramètre estimé b_9 est positif, donc cette variable influence positivement l'impact de l'accord d'association.

Les sociétés de l'UE qui ont une très bonne image de marque en Algérie, peuvent plus facilement y commercialiser leurs produits, et donc accéder au marché algérien avec plus de facilité. Les sociétés Algériennes doivent se mettre au niveau international pour pouvoir faire face à la concurrence, et cette mise à niveau va leur permettre d'être plus efficaces et essayer de profiter des avantages de l'accord.

La variable x11 :

Cette variable représente la création d'emploi, le signe du paramètre estimé b_{11} est positif, donc cette variable influence positivement l'impact de l'accord d'association.

La création d'emploi est un excellent paramètre pour l'économie algérienne, et est du probablement au fait qu'il y a beaucoup de sociétés qui importent des marchandises principalement de l'UE et qu'elles ont besoin de plus de ressources humaines pour gérer cette activité. Et vu que l'accord d'association tend à faciliter les échanges commerciaux entre les pays de l'UE et l'Algérie, beaucoup de sociétés vont se lancer dans l'activité d'exportation et auront besoin également de ressources humaines pour la gérer.

La variable x14 :

Cette variable représente la diminution des prix des produits, le signe du paramètre estimé b_{14} est positif, donc cette variable influence positivement l'impact de l'accord d'association.

Vu que l'accord d'association tend à la diminution progressive des droits de douane, et à la réalisation d'une zone de libre échange, donc théoriquement les prix des produits vont diminuer. Ce fait pourra être constaté à moyen et long terme.

La variable x18 :

Cette variable représente l'incapacité d'atteindre les marchés de l'UE, le signe du paramètre estimé b18 est positif, donc cette variable influence positivement l'impact de l'accord d'association.

Les produits algériens pour la plupart ne répondent pas aux normes exigées par les pays de l'UE pour y être commercialisés, avec l'entrée en vigueur de l'accord d'association, les sociétés ont voulu exporter leurs produits, mais se sont vite rendu compte de la difficulté de cette activité, et c'était la l'occasion pour elles de revoir les normes, les qualités de leurs produits, et de se remettre à niveau pour atteindre les standards internationaux, pour pouvoir exporter ses produits plus facilement.

La variable x20 :

Cette variable représente le fait d'attirer de nouveaux clients, le signe du paramètre estimé b20 est positif, donc cette variable influence positivement l'impact de l'accord d'association.

Avec l'entrée en vigueur de l'accord d'association, la concurrence a augmenté, et les sociétés algériennes n'ont pas eu d'autres choix que d'attirer de nouveaux clients, pour faire face à cette concurrence.

La variable x21 :

Cette variable représente la réalisation d'économies d'échelles, le signe du paramètre estimé b21 est positif, donc cette variable influence positivement l'impact de l'accord d'association.

Avec l'entrée en vigueur de l'accord d'association et la diminution progressive des droits de douane, qui a engendré la diminution des couts de production, les sociétés réalisent plus facilement des économies d'échelles.

Conclusion

L'Accord d'Association entre l'Algérie et l'Europe entré en vigueur en septembre 2005 définit le cadre des relations bilatérales entre les deux parties. Dans le plan commercial il instaure une zone de libre échange (ZLE) entre l'Algérie et l'Europe. L'accord définit également les grands axes de la coopération entre l'UE et l'Algérie, dans les domaines politique, économique, social, scientifique et culturel.

Cette relation devrait conduire les autorités algériennes à, d'une part améliorer le pilotage macroéconomique en introduisant davantage de flexibilité dans les dépenses publiques et à relever, d'autre part, le défi de la compétitivité dans l'industrie et les services en ouvrant les marchés à la concurrence.

Le volume des échanges entre l'UE et l'Algérie ne représente que 1,8% des importations de l'UE et 1,2% des ses exportations. Par ailleurs les déséquilibres des échanges hors hydrocarbures sont faibles comparés aux excédents résultant des exportations d'hydrocarbures. Au niveau agrégé l'accord n'a pas eu d'effet significatif sur les importations en provenance de l'UE et sur les exportations à destination de l'UE. Si à l'importation la part des produits de la première liste en provenance de l'UE a légèrement augmenté, la part des autres catégories de produits a diminué.

Hors hydrocarbures l'UE reste de très loin le premier client de l'Algérie. La proximité géographique mais également l'Accord d'Association qui est l'aboutissement d'un ancrage de l'Algérie à l'Europe font de l'Europe un partenaire commercial incontournable de l'Algérie.

En ce qui concerne la création de commerce, dans un premier temps les importations algériennes d'intrants doivent augmenter à la suite de la diminution des tarifs. Dans un second temps de manière graduelle les consommateurs verront leur surplus augmenter si la baisse des tarifs est répercutée sur le prix des produits importés mis à la consommation. L'ampleur de l'effet de création repose d'une part sur l'élasticité de la demande d'importations par rapport au

prix et la baisse relative des tarifs et d'autre part sur le contexte macroéconomique. L'effet de création sera d'autant plus important que le taux de croissance de l'économie algérienne et le différentiel d'inflation entre l'Algérie et l'Europe seront élevés.

A ce stade, nous pouvons dire que :

- Les résultats attendus (les bons ou mauvais) ne se sont pas réalisés, tout au moins avec l'ampleur prévue et le consommateur n'en a tiré aucun bénéfice.
- Ni l'industrie ni l'agriculture Algérienne n'ont su, ou, pu profiter de l'opportunité de l'ouverture du marché européen et le pays continue à réaliser 98 % de ses ressources en devises sur le marché du pétrole. Faut-il en conclure que l'Algérie n'aurait pas dû signer cet accord pour se suffire d'une adhésion à l'OMC qui contiendrait en puissance le contenu de l'accord ? La question est discutable et est fortement discutée, bien que :
 - Ce soit une hérésie de s'opposer, au début du XXI^e siècle et à l'ère de la mondialisation, à une ouverture contrôlée.
 - C'est un fait prévisible et prévu, que les effets négatifs se manifestent immédiatement (pertes de la fiscalité douanière par l'Etat) et que les effets positifs n'apparaîtront de façon convaincante qu'à long terme.
 - L'économie de l'Algérie est trop rigide et peu réactive pour qu'on puisse en attendre une adaptation immédiate à la nouvelle situation.

En conséquence si l'accord est, en soi, un progrès pour l'Algérie il aurait fallu du côté de l'UE lui donner un caractère plus opératoire en tenant compte des réalités algériennes, et du côté de l'Algérie entreprendre les réformes nécessaires pour se mettre à jour et pour explorer les bons côtés de l'accord.

Conclusion générale

Considérant la proximité et l'interdépendance existantes entre la Communauté Européenne, ses Etats membres et l'Algérie, fondées sur des liens historiques et des valeurs communes. L'UE a souhaité renforcer ces liens avec l'Algérie, et instaurer durablement des relations fondées sur la réciprocité, la solidarité, le partenariat et le co-développement et cela en faisant signer à l'Algérie un accord d'association.

Parmi les intérêts de cet accord, nous trouvons le rapprochement du niveau de développement économique et social de la Communauté et de l'Algérie, le développement des échanges ; l'objectif est d'assurer l'essor de relations économiques et sociales équilibrées entre les parties, de fixer les conditions de la libéralisation progressive des échanges de biens, de services et de capitaux, d'approfondir de la concertation politique sur les questions bilatérales et internationales d'intérêt commun, la volonté de la Communauté d'apporter à l'Algérie un soutien significatif à ses efforts de réforme et d'ajustement au plan économique, ainsi qu'à son développement social, à l'instauration d'une coopération, soutenue par un dialogue régulier, dans les domaines économique, scientifique, technologique, social, culturel, audiovisuel et de l'environnement.

Après près de sept années d'application de l'accord, les flux d'investissements européens sont en deçà des attentes de l'Algérie, en particulier ceux destinés à promouvoir la diversification de son économie et de ses exportations alors que cet accord a pour objectif de bâtir une relation globale et un partenariat gagnant-gagnant devant se traduire, notamment par l'accroissement des investissements directs européens en Algérie.

Les statistiques des échanges de l'Algérie avec les principaux partenaires économiques font ressortir que les pays de l'Union Européenne restent toujours les principaux partenaires de l'Algérie, en totalisant 53,78% de nos importations et 45,69% de nos exportations.

Il est à relever que notre principal client de la région est l'Italie avec 13,40% de nos ventes, suivie par l'Espagne avec 10,40% puis la France avec 7,81%.

Quant aux principaux fournisseurs, la France se trouve en première position avec 15,7 % de nos importations, suivie par l'Italie avec 10,96% puis l'Espagne avec 7,33%.

Les avantages à court terme attendus par les entreprises algériennes sont ceux qui découlent de la réduction de leurs coûts de production, en raison de leur utilisation d'équipements, demi-produits et matières premières importés de l'Union Européenne. En effet, 70 % des sociétés questionnées ont confirmé cette réduction et de ce fait, elles ont pu réaliser des économies d'échelles à court terme.

L'Algérie exporte pour environ un milliard de dollars de marchandise, mais la nomenclature des produits n'a pas subi de changement notable depuis l'ère du socialisme. Les produits sont les produits des grands complexes industriels publics (produits dérivés du pétrole, déchets ferreux et non ferreux, phosphates...). Le réseau de PME, sur lequel reposent les espoirs du pays, exporte des quantités négligeables, sinon rien. Les PME se laissent distancer sur le marché national, dont elles abandonnent des pans entiers aux entreprises étrangères... C'est un fait avéré que les entreprises algériennes n'ont pas beaucoup profité du désarmement tarifaire pour améliorer leur compétitivité et prendre des parts sur le marché européen qui leur est ouvert.

Le développement d'une capacité à l'export relève d'une stratégie globale qui pense la mobilisation, d'amont en aval du processus, comme un acte unique au service d'un objectif unique. Pour pouvoir exporter, hors matières énergétiques brutes et dérivés du pétrole, il faut se redéployer stratégiquement en pensant que l'entreprise que l'on voudrait préparer à aller vers l'exportation fait partie d'un environnement économique qui doit, au même titre que l'entreprise, faire l'objet d'une préparation conséquente.

Autrement dit, il ne suffit pas, pour aller vers l'exportation, de procéder à la rituelle mise à niveau de l'entreprise, avec ses différentes articulations. Il faut également une mise à niveau générale de l'environnement et des acteurs en

charge d'accompagner l'entreprise à l'international, ainsi qu'une promotion et un soutien à l'investissement dans les projets et les secteurs compétitifs générateurs de produits à forte valeur ajoutée à l'export.

La structure des exportations algériennes demeure dominée par les produits dérivés des hydrocarbures et les matières premières exportées en l'état, alors que la part des produits, notamment alimentaire, dont le potentiel à l'export est très important en Algérie demeure très faible, dont les produits manufacturés.

La problématique des exportations se pose donc de plusieurs façons en Algérie et peut être appréhendée sous plusieurs angles. Le premier angle, c'est de constater l'absence, en entreprise, d'une culture de l'exportation et d'y préparer conséquemment celle-ci, avec ce que cela implique comme mobilisation de moyens financiers et d'expertise, ainsi que des ressources humaines pérennes.

Ainsi, une entreprise qui se prépare à exporter, il lui sera exigé un Smig de dispositions qui consistent dans un management de haut niveau, étrangers et le respect des délais.

L'exportation est un résultat quasi naturel du développement et de la compétitivité de l'entreprise, et que c'est en allant vers la performance et l'innovation avec succès que l'entreprise finit spontanément par se découvrir une vocation à l'exportation.

Ce sont là des approches qui se valent et qui ne s'excluent pas pour autant, laissant apprécier, en tout cas, une seule constante, à savoir le fait qu'il existe un grand potentiel algérien à l'exportation qu'il «importe» d'exploiter, car nous constatons la présence effective sur le marché d'un nombre donné d'entreprises qui ont des produits méritants et qui sont en mesure d'exporter, et de les y aider, en les accompagnant, et en les aidant à conquérir des marchés.

Nous pouvons penser qu'à long terme les entreprises algériennes peuvent augmenter leur efficacité, et profiter des impacts positifs des accords d'association, mais l'ouverture économique due aux accords d'association ne peut s'avérer bénéfique que si elle est articulée sur des politiques intérieures ayant déjà préparé les conditions de son succès.

Bibliographie.

Ouvrages et Rapport :

- Alban Thomas, *Econométrie des variables qualitatives*, Edition Dunod, Paris, 2000.
- Ashenfelter Orley, *Statistics and Econometrics: Methods and Applications*, Edition John Wiley & Sons; International Ed, USA, 2003.
- Bekenniche Otmane, *La coopération entre l'Union européenne et l'Algérie : l'Accord d'association*, Edition Office des publications algériennes, Alger, 2006.
- Berndt Ernst, *The Practice of Econometrics: Classic and Contemporary*, Edition Pearson Education, Cambridge, 1996.
- Dagnelie Pierre, *Statistique théorique et appliquée*, Edition DeBoeck, Paris, 2006.
- Dodge Yadolah, *The Concise Encyclopedia of Statistics*, Edition Springer, Berlin, 2008.
- Extrait du colloque « Economie Méditerranée Monde Arabe », Université Galatasaray, Istanbul, Turquie (« Le Partenariat euro-méditerranéen : Construction régionale ou dilution dans la mondialisation ? »), année 2006.
- Extrait du protocole 2 de l'accord d'association entre l'Algérie et l'UE.
- Gourieroux Christian, *Econométrie des variables qualitatives*, Edition Economica, 1989.
- Journaux Algériens : El watan, Liberté.
- Kheladi Mokhtar, *Rapport sur l'Accord d'association Algérie-UE*, année 2007.
- Krickeberg Klaus, *Petit cours de statistique*, Edition Springer, Berlin, 1996.

- L'accord d'association avec l'UE, année 2005.
- Lexique d'économie, Edition Dalloz, Paris, 2004.
- Masiéri Walder, Statistique Et Calcul Des Probabilités, Edition Dalloz, Paris, 2001.
- Messar Moncef, Cours de méthodologie de sondage et d'échantillonnage, année 2009.
- Rice John, Mathematical Statistics and Data Analysis, Edition Duxbury Press, 2006.
- Rapports de l'OCDE (Organisation de Coopération et de Développement Economique).
- Rapports de la CACI (Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie)
- Rapports de la délégation de l'union européenne en Algérie.
- Rapports du CNIS : Centre National de l'Informatique et des Statistiques.
- Rapport préparé par l'étudiante (plusieurs Rapports établies suite aux différentes interviews effectués avec des responsables du ministère des Finances, ministère du commerce, du CNIS, et de la Douane).

Sites internet:

- Agence nationale de promotion du commerce extérieur (ALGEX) :
www.promex.dz .
- American Economic Association : <http://rfe.org/index.php>
- Douane Algérienne : www.douane.gov.dz.
- Economics Network : <http://www.economicnetwork.ac.uk>

- <http://lekiosque.finances.gouv.fr>.
- Ministère de la PME et de l'artisanat : www.pmeart-dz.org
- Ministère du commerce : www.mincommerce.gov.dz
- Office National des Statistiques : www.ons.dz.
- The Econometrics Journal online : <http://www.feweb.vu.nl/econometriclinks/>
- www.ciheam.org
- www.wikipédia.org

Annexes

1/ Le questionnaire :

Raison sociale de la société :

Activité de la société :

Adresse :

Les questions sont posées depuis l'entrée en vigueur des accords d'association avec l'UE.

Q1 : Avez-vous entendu parler de l'accord d'association avec l'UE?

Oui Non

11 12

Q2 : Avez-vous augmenté vos importations de la communauté Européenne ?

Oui Non

21 22

Q3 : Avez-vous licencié une partie de votre personnel ?

Oui Non

31 32

Q4 : Est ce que les coûts de production ont diminué ?

Oui Non

41 42

Q5 : Est ce qu'il y a eu une baisse du profit ?

Oui Non

51 52

Q6 : Indiquez votre degré d'accord ou de désaccord avec le jugement suivant : « la stratégie de la société doit changer » ?

Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Sans opinion	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
----------------------	-----------------	--------------	---------------------	----------------------

61

62

63

64

65

Q7 : Est ce que la politique de la société a changé, c'est-à-dire, maintenant est ce une politique agressive ou préférence pour la stabilité ?

Pas de changement de la politique.

71

Politique agressive.

72

Préférence pour la stabilité.

73

Q8 : Quels sont vos forces par rapport aux sociétés des pays de l'UE?

-

-

-

Q9 : Quels sont vos faiblesses par rapport aux sociétés des pays de l'UE?

-

-

-

-

Q10 : Où situez vous vos canaux de distributions ?

Non

efficient

efficient

-3	-2	-1	0	1	2	3
----	----	----	---	---	---	---

101

102

103

104

105

106

107

Q11 : Est ce qu'il y eu création d'emploi?

Oui

Non

111

112

Q12 : Avez-vous augmenté vos investissements ?

Oui

Non

121

122

Q13 : Que pensez-vous de vos parts de marchés dans les pays de l'UE?

-4	-3	-2	-1	bonne	+1	+2	+3	+4
131	132	133	134	135	136	137	138	

139

Q14 : Avez-vous diminué les prix de vos produits ?

Oui

Non

141

142

Q15 : Est ce que vos objectifs ont changé ?

Oui

Non

151

152

Q16 : Etes vous pour ou contre les accords d'association ?

Pour

Contre

Indifférent

161

162

163

Q17 : selon la société, quels sont les avantages des accords d'association ?

-

-

-

Q18 : selon la société, quels sont les inconvénients des accords d'association ?

-

-

-

Q19 : Avez-vous changé de fournisseurs ?

Oui Non

191 192

Q20 : Avez-vous attiré de nouveaux clients ?

Oui Non

201 202

Q21 : Avez-vous réalisé des économies d'échelles ?

Oui Non

211 212

Q22 : Y a t'il eu une baisse dans vos charges ?

Oui Non

221 222

Q23 : êtes vous plus compétitives ?

Oui Non Indifférent

231 232 233

Q24 : Avez-vous augmenté vos exportations vers la communauté européenne ?

Oui Non

241 242

Q25 : Indiquez votre degré d'accord ou de désaccord avec le jugement suivant : « les produits seront moins chers, avec la zone de libre échange entre l'Algérie et l'UE » ?

Tout à fait	Plutôt	Sans opinion	Plutôt pas	Pas du tout
-------------	--------	--------------	------------	-------------

d'accord	d'accord		d'accord	d'accord
251	252	253	254	255

Q26 : Croyez-vous que, quand la zone de libre echange sera etablit, vous serez plus compétitives ?

Oui Non Indifférent

261 262 263

2/ Tableaux des Résultats par réponse et par type d'activité

Type d'activité	11	Total
agro industrie	81	81
agriculture-elevage	43	43
matériaux de construction	35	35
équipement pr les collectivités	31	31
textile confection	30	30
chimie petrochimie	29	29
medical paramedical	24	24
electricité electronique	19	19
cosmetique parfumerie	17	17
papier carton	15	15
équipements industriels	12	12
plastique caoutchouc	12	12
hydraulique	11	11
cuir chaussure maroquinerie	10	10
ameublement	9	9
verre ceramique	9	9
industries diverses	7	7
bois liege et dérivés	6	6
mer et peche	6	6
automobile	5	5
BTP	5	5

bureautique	5	5
siderurgie, metallurgie	2	2
Total	423	423

Type d'activité	21	22	Total
agro industrie	67	14	81
matériaux de construction	35	0	35
agriculture-elevage	23	20	43
medical paramedical	21	3	24
équipement pr les collectivités	18	13	31
cosmétique parfumerie	14	3	17
hydraulique	11	0	11
textile confection	9	21	30
chimie petrochimie	9	20	29
équipements industriels	7	5	12
verre ceramique	6	3	9
plastique caoutchouc	5	7	12
ameublement	5	4	9
mer et peche	5	1	6
BTP	5	0	5
electricité électronique	3	16	19
bureautique	3	2	5
papier carton	2	13	15
industries diverses	2	5	7
automobile	2	3	5
siderurgie, metallurgie	2	0	2
cuir chaussure maroquinerie	1	9	10
bois liege et dérivés	1	5	6
Total	256	167	423

Type d'activité	31	32	Total
agriculture-elevage	0	43	43
agro industrie	0	81	81
ameublement	0	9	9
automobile	0	5	5
bois liege et dérivés	0	6	6
BTP	0	5	5
bureautique	0	5	5
chimie petrochimie	0	29	29
cosmétique parfumerie	0	17	17
cuir chaussure maroquinerie	0	10	10
electricité électronique	0	19	19
équipement pr les collectivités	2	29	31
équipements industriels	0	12	12

hydraulique	0	11	11
industries diverses	0	7	7
matériaux de construction	0	35	35
medical paramedical	2	22	24
mer et peche	0	6	6
papier carton	1	14	15
plastique caoutchouc	0	12	12
siderurgie, metallurgie	0	2	2
textile confection	0	30	30
verre ceramique	0	9	9
Total	5	418	423

Type d'activité	41	42	Total
agro industrie	65	16	81
agriculture-elevage	31	12	43
textile confection	29	1	30
equipement pr les collectivités	27	4	31
matériaux de construction	22	13	35
chimie petrochimie	15	14	29
medical paramedical	15	9	24
papier carton	13	2	15
electricité électronique	11	8	19
verre ceramique	9	0	9
hydraulique	8	3	11
ameublement	8	1	9
cosmetique parfumerie	7	10	17
equipements industriels	6	6	12
bois liege et dérivés	6	0	6
mer et peche	6	0	6
bureautique	5	0	5
cuir chaussure maroquinerie	4	6	10
plastique caoutchouc	3	9	12
automobile	3	2	5
industries diverses	2	5	7
siderurgie, metallurgie	2	0	2
BTP	0	5	5
Total	297	126	423

Type d'activité	51	52	Total
agro industrie	1	80	81
agriculture-elevage	1	42	43
matériaux de construction	0	35	35
equipement pr les collectivités	1	30	31

textile confection	1	29	30
chimie petrochimie	1	28	29
medical paramedical	2	22	24
electricité électronique	0	19	19
cosmétique parfumerie	1	16	17
papier carton	1	14	15
équipements industriels	0	12	12
plastique caoutchouc	0	12	12
hydraulique	0	11	11
cuir chaussure maroquinerie	0	10	10
ameublement	0	9	9
verre céramique	0	9	9
industries diverses	0	7	7
bois liège et dérivés	0	6	6
mer et pêche	0	6	6
automobile	0	5	5
BTP	0	5	5
bureautique	0	5	5
siderurgie, metallurgie	1	1	2
Total	10	413	423

Type d'activité	61	62	63	Total
agro industrie	81	0	0	81
équipement pr les collectivités	31	0	0	31
medical paramedical	24	0	0	24
matériaux de construction	19	15	1	35
electricité électronique	19	0	0	19
cosmétique parfumerie	17	0	0	17
agriculture-elevage	12	31	0	43
plastique caoutchouc	12	0	0	12
chimie petrochimie	11	18	0	29
cuir chaussure maroquinerie	10	0	0	10
verre céramique	9	0	0	9
industries diverses	7	0	0	7
textile confection	6	24	0	30
équipements industriels	5	7	0	12
automobile	5	0	0	5
bureautique	5	0	0	5
ameublement	4	5	0	9
papier carton	2	13	0	15
hydraulique	1	10	0	11
bois liège et dérivés	0	6	0	6
mer et pêche	0	6	0	6
BTP	0	5	0	5

siderurgie, metallurgie	0	2	0	2
Total	280	142	1	423

Type d'activité	72	73	Total
agro industrie	81	0	81
equipement pr les collectivités	31	0	31
matériaux de construction	29	6	35
medical paramedical	24	0	24
textile confection	20	10	30
electricité électronique	19	0	19
cosmétique parfumerie	17	0	17
papier carton	15	0	15
agriculture-elevage	13	30	43
plastique caoutchouc	12	0	12
chimie petrochimie	11	18	29
cuir chaussure maroquinerie	10	0	10
verre ceramique	9	0	9
industries diverses	7	0	7
equipements industriels	5	7	12
automobile	5	0	5
bureautique	5	0	5
ameublement	4	5	9
hydraulique	0	11	11
bois liege et dérivés	0	6	6
mer et peche	0	6	6
BTP	0	5	5
siderurgie, metallurgie	0	2	2
Total	317	106	423

Type d'activité	81	82	Total
agro industrie	74	7	81
agriculture-elevage	39	4	43
matériaux de construction	33	2	35
equipement pr les collectivités	29	2	31
textile confection	29	1	30
chimie petrochimie	28	1	29
medical paramedical	23	1	24
electricité électronique	17	2	19
cosmétique parfumerie	15	2	17
papier carton	14	1	15
equipements industriels	11	1	12
plastique caoutchouc	11	1	12
hydraulique	11	0	11

cuir chaussure maroquinerie	10	0	10
ameublement	8	1	9
verre ceramique	8	1	9
mer et peche	6	0	6
industries diverses	5	2	7
bois liege et dérivés	5	1	6
automobile	5	0	5
BTP	5	0	5
bureautique	5	0	5
siderurgie, metallurgie	2	0	2
Total	393	30	423

Type d'activité	91	92	93	Total
agro industrie	28	53	0	81
agriculture-elevage	24	2	17	43
textile confection	22	0	8	30
papier carton	15	0	0	15
equipement pr les collectivités	13	17	1	31
equipements industriels	12	0	0	12
plastique caoutchouc	12	0	0	12
hydraulique	11	0	0	11
materaiux de construction	10	25	0	35
cuir chaussure maroquinerie	10	0	0	10
ameublement	9	0	0	9
industries diverses	7	0	0	7
mer et peche	6	0	0	6
automobile	5	0	0	5
BTP	5	0	0	5
medical paramedical	3	0	21	24
siderurgie, metallurgie	2	0	0	2
cosmetique parfumerie	1	0	16	17
chimie petrochimie	0	29	0	29
electricité electronique	0	19	0	19
verre ceramique	0	6	3	9
bois liege et dérivés	0	6	0	6
bureautique	0	5	0	5
Total	195	162	66	423

Type d'activité	105	106	107	Total
agriculture-elevage	0	39	4	43
agro industrie	43	38	0	81
materaiux de construction	0	35	0	35
equipement pr les collectivités	0	31	0	31

chimie petrochimie	7	22	0	29
electricité électronique	0	19	0	19
medical paramedical	4	17	3	24
textile confection	14	16	0	30
cosmétique parfumerie	5	11	1	17
équipements industriels	1	11	0	12
hydraulique	0	11	0	11
cuir chaussure maroquinerie	0	10	0	10
plastique caoutchouc	3	9	0	12
verre céramique	0	9	0	9
industries diverses	0	6	1	7
mer et pêche	0	6	0	6
BTP	0	5	0	5
bureautique	0	5	0	5
papier carton	12	3	0	15
automobile	1	3	1	5
ameublement	7	2	0	9
siderurgie, métallurgie	0	2	0	2
bois liège et dérivés	6	0	0	6
Total	103	310	10	423

Type d'activité	111	112	Total
agro industrie	6	75	81
agriculture-élevage	4	39	43
matériaux de construction	4	31	35
équipement pour les collectivités	0	31	31
textile confection	0	30	30
chimie petrochimie	2	27	29
medical paramedical	2	22	24
electricité électronique	1	18	19
cosmétique parfumerie	2	15	17
papier carton	1	14	15
plastique caoutchouc	0	12	12
équipements industriels	1	11	12
hydraulique	0	11	11
cuir chaussure maroquinerie	1	9	10
ameublement	1	8	9
verre céramique	1	8	9
industries diverses	1	6	7
bois liège et dérivés	0	6	6
mer et pêche	0	6	6
automobile	0	5	5
BTP	0	5	5
bureautique	0	5	5

siderurgie, metallurgie	0	2	2
Total	27	396	423

Type d'activité	121	122	Total
agro industrie	3	78	81
agriculture-elevage	1	42	43
matériaux de construction	1	34	35
équipement pr les collectivités	1	30	31
textile confection	1	29	30
chimie petrochimie	2	27	29
medical paramedical	1	23	24
electricité électronique	1	18	19
cosmétique parfumerie	1	16	17
papier carton	1	14	15
équipements industriels	0	12	12
plastique caoutchouc	1	11	12
hydraulique	0	11	11
cuir chaussure maroquinerie	0	10	10
verre céramique	0	9	9
ameublement	1	8	9
industries diverses	1	6	7
bois liège et dérivés	1	5	6
mer et pêche	1	5	6
automobile	0	5	5
BTP	0	5	5
bureautique	1	4	5
siderurgie, metallurgie	1	1	2
Total	20	403	423

Type d'activité	131	132	Total
agro industrie	80	1	81
agriculture-elevage	43	0	43
matériaux de construction	35	0	35
équipement pr les collectivités	31	0	31
textile confection	30	0	30
chimie petrochimie	29	0	29
medical paramedical	24	0	24
electricité électronique	19	0	19
cosmétique parfumerie	17	0	17
papier carton	15	0	15
équipements industriels	12	0	12
plastique caoutchouc	12	0	12
hydraulique	11	0	11

cuir chaussure maroquinerie	10	0	10
ameublement	9	0	9
verre ceramique	9	0	9
industries diverses	7	0	7
bois liege et dérivés	6	0	6
mer et peche	6	0	6
automobile	5	0	5
BTP	5	0	5
bureautique	5	0	5
siderurgie, metallurgie	2	0	2
Total	422	1	423

Type d'activité	141	142	Total
agro industrie	19	62	81
agriculture-elevage	21	22	43
cosmetique parfumerie	2	15	17
papier carton	0	15	15
equipement pr les collectivités	17	14	31
equipements industriels	0	12	12
hydraulique	1	10	11
ameublement	0	9	9
medical paramedical	17	7	24
industries diverses	0	7	7
mer et peche	1	5	6
automobile	0	5	5
matériaux de construction	31	4	35
BTP	1	4	5
textile confection	30	0	30
chimie petrochimie	29	0	29
electricité electronique	19	0	19
plastique caoutchouc	12	0	12
cuir chaussure maroquinerie	10	0	10
verre ceramique	9	0	9
bois liege et dérivés	6	0	6
bureautique	5	0	5
siderurgie, metallurgie	2	0	2
Total	232	191	423

Type d'activité	151	Total
agro industrie	81	81
agriculture-elevage	43	43
matériaux de construction	35	35
equipement pr les collectivités	31	31

textile confection	30	30
chimie petrochimie	29	29
medical paramedical	24	24
electricité électronique	19	19
cosmétique parfumerie	17	17
papier carton	15	15
équipements industriels	12	12
plastique caoutchouc	12	12
hydraulique	11	11
cuir chaussure maroquinerie	10	10
ameublement	9	9
verre céramique	9	9
industries diverses	7	7
bois liège et dérivés	6	6
mer et pêche	6	6
automobile	5	5
BTP	5	5
bureautique	5	5
siderurgie, métallurgie	2	2
Total	423	423

Type d'activité	162	Total
agro industrie	81	81
agriculture-élevage	43	43
matériaux de construction	35	35
équipement pr les collectivités	31	31
textile confection	30	30
chimie petrochimie	29	29
medical paramedical	24	24
electricité électronique	19	19
cosmétique parfumerie	17	17
papier carton	15	15
équipements industriels	12	12
plastique caoutchouc	12	12
hydraulique	11	11
cuir chaussure maroquinerie	10	10
ameublement	9	9
verre céramique	9	9
industries diverses	7	7
bois liège et dérivés	6	6
mer et pêche	6	6
automobile	5	5
BTP	5	5
bureautique	5	5

siderurgie, metallurgie	2	2
Total	423	423

Type d'activité	171	172	173	Total
agro industrie	81	0	0	81
matériaux de construction	35	0	0	35
équipement pr les collectivités	31	0	0	31
chimie petrochimie	29	0	0	29
textile confection	23	6	1	30
agriculture-elevage	20	22	1	43
electricité électronique	18	0	1	19
medical paramedical	17	6	1	24
papier carton	15	0	0	15
plastique caoutchouc	12	0	0	12
hydraulique	11	0	0	11
cuir chaussure maroquinerie	10	0	0	10
cosmétique parfumerie	9	8	0	17
ameublement	9	0	0	9
verre céramique	8	0	1	9
industries diverses	7	0	0	7
bois liège et dérivés	6	0	0	6
mer et pêche	6	0	0	6
automobile	5	0	0	5
BTP	5	0	0	5
bureautique	5	0	0	5
équipements industriels	0	12	0	12
siderurgie, metallurgie	0	2	0	2
Total	362	56	5	423

Type d'activité	181	182	183	184	Total
agro industrie	0	1	26	54	81
cosmétique parfumerie	1	1	0	15	17
medical paramedical	3	7	1	13	24
papier carton	0	1	1	13	15
electricité électronique	6	1	0	12	19
agriculture-elevage	12	18	2	11	43
équipements industriels	0	0	1	11	12
ameublement	0	0	1	8	9
industries diverses	0	0	0	7	7
automobile	0	0	1	4	5
bureautique	1	0	0	4	5
matériaux de construction	6	1	25	3	35
chimie petrochimie	27	0	0	2	29

siderurgie, metallurgie	0	0	0	2	2
plastique caoutchouc	0	0	11	1	12
hydraulique	0	0	10	1	11
equipement pr les collectivites	3	0	28	0	31
textile confection	0	12	18	0	30
cuir chaussure maroquinerie	0	0	10	0	10
BTP	0	0	5	0	5
mer et peche	2	1	3	0	6
bois liege et derives	6	0	0	0	6
verre ceramique	1	8	0	0	9
Total	68	51	143	161	423

Type d'activite	191	192	Total
agro industrie	8	73	81
agriculture-elevage	3	40	43
matériaux de construction	2	33	35
equipement pr les collectivites	2	29	31
textile confection	2	28	30
chimie petrochimie	2	27	29
medical paramedical	5	19	24
electricite electronique	1	18	19
cosmetique parfumerie	3	14	17
papier carton	3	12	15
plastique caoutchouc	1	11	12
hydraulique	0	11	11
equipements industriels	2	10	12
cuir chaussure maroquinerie	1	9	10
verre ceramique	0	9	9
ameublement	2	7	9
industries diverses	1	6	7
bois liege et derives	1	5	6
mer et peche	1	5	6
automobile	1	4	5
BTP	1	4	5
bureautique	1	4	5
siderurgie, metallurgie	0	2	2
Total	43	380	423

Type d'activite	201	202	Total
agro industrie	25	56	81
matériaux de construction	0	35	35
agriculture-elevage	10	33	43
textile confection	0	30	30

chimie petrochimie	0	29	29
equipement pr les collectivités	5	26	31
medical paramedical	1	23	24
electricité électronique	0	19	19
cosmetique parfumerie	0	17	17
equipements industriels	1	11	12
plastique caoutchouc	1	11	12
hydraulique	0	11	11
cuir chaussure maroquinerie	3	7	10
bois liege et dérivés	0	6	6
mer et peche	0	6	6
papier carton	10	5	15
automobile	0	5	5
BTP	0	5	5
bureautique	0	5	5
industries diverses	3	4	7
verre ceramique	7	2	9
siderurgie, metallurgie	0	2	2
ameublement	8	1	9
Total	74	349	423

Type d'activité	211	212	Total
agro industrie	73	8	81
equipement pr les collectivités	28	3	31
textile confection	25	5	30
matériaux de construction	21	14	35
agriculture-elevage	17	26	43
medical paramedical	17	7	24
electricité électronique	17	2	19
chimie petrochimie	16	13	29
cosmetique parfumerie	14	3	17
equipements industriels	11	1	12
papier carton	10	5	15
plastique caoutchouc	10	2	12
hydraulique	7	4	11
ameublement	7	2	9
cuir chaussure maroquinerie	6	4	10
industries diverses	5	2	7
mer et peche	5	1	6
automobile	4	1	5
bureautique	3	2	5
bois liege et dérivés	2	4	6
BTP	2	3	5
siderurgie, metallurgie	1	1	2

verre ceramique	0	9	9
Total	301	122	423

Type d'activité	221	222	Total
agro industrie	73	8	81
equipement pr les collectivités	28	3	31
textile confection	25	5	30
matériaux de construction	21	14	35
agriculture-elevage	17	26	43
medical paramedical	17	7	24
electricité électronique	17	2	19
chimie petrochimie	16	13	29
cosmetique parfumerie	14	3	17
equipements industriels	11	1	12
papier carton	10	5	15
plastique caoutchouc	10	2	12
hydraulique	7	4	11
ameublement	7	2	9
cuir chaussure maroquinerie	6	4	10
industries diverses	5	2	7
mer et peche	5	1	6
automobile	4	1	5
bureautique	3	2	5
bois liege et dérivés	2	4	6
BTP	2	3	5
siderurgie, metallurgie	1	1	2
verre ceramique	0	9	9
Total	301	122	423

Type d'activité	232	Total
agro industrie	81	81
agriculture-elevage	43	43
matériaux de construction	35	35
equipement pr les collectivités	31	31
textile confection	30	30
chimie petrochimie	29	29
medical paramedical	24	24
electricité électronique	19	19
cosmetique parfumerie	17	17
papier carton	15	15
equipements industriels	12	12
plastique caoutchouc	12	12
hydraulique	11	11

cuir chaussure maroquinerie	10	10
ameublement	9	9
verre ceramique	9	9
industries diverses	7	7
bois liege et dérivés	6	6
mer et peche	6	6
automobile	5	5
BTP	5	5
bureautique	5	5
siderurgie, metallurgie	2	2
Total	423	423

Type d'activité	242	Total
agro industrie	81	81
agriculture-elevage	43	43
matériaux de construction	35	35
équipement pr les collectivités	31	31
textile confection	30	30
chimie petrochimie	29	29
medical paramedical	24	24
electricité electronique	19	19
cosmetique parfumerie	17	17
papier carton	15	15
equipements industriels	12	12
plastique caoutchouc	12	12
hydraulique	11	11
cuir chaussure maroquinerie	10	10
ameublement	9	9
verre ceramique	9	9
industries diverses	7	7
bois liege et dérivés	6	6
mer et peche	6	6
automobile	5	5
BTP	5	5
bureautique	5	5
siderurgie, metallurgie	2	2
Total	423	423

Type d'activité	252	253	Total
agro industrie	80	1	81
agriculture-elevage	40	3	43
matériaux de construction	32	3	35
équipement pr les collectivités	30	1	31

textile confection	29	1	30
chimie petrochimie	28	1	29
medical paramedical	24	0	24
electricité électronique	19	0	19
cosmétique parfumerie	17	0	17
papier carton	15	0	15
équipements industriels	12	0	12
plastique caoutchouc	12	0	12
hydraulique	10	1	11
cuir chaussure maroquinerie	9	1	10
ameublement	9	0	9
verre céramique	9	0	9
industries diverses	7	0	7
bois liège et dérivés	6	0	6
mer et pêche	6	0	6
automobile	5	0	5
BTP	5	0	5
bureautique	5	0	5
siderurgie, métallurgie	2	0	2
Total	411	12	423

Type d'activité	262	Total
agro industrie	81	81
agriculture-élevage	43	43
matériaux de construction	35	35
équipement pr les collectivités	31	31
textile confection	30	30
chimie petrochimie	29	29
medical paramedical	24	24
electricité électronique	19	19
cosmétique parfumerie	17	17
papier carton	15	15
équipements industriels	12	12
plastique caoutchouc	12	12
hydraulique	11	11
cuir chaussure maroquinerie	10	10
ameublement	9	9
verre céramique	9	9
industries diverses	7	7
bois liège et dérivés	6	6
mer et pêche	6	6
automobile	5	5
BTP	5	5
bureautique	5	5

siderurgie, metallurgie	2	2
Total	423	423