SAVOIR EXPORTER

Comprendre les marchés, choisir une cible et réussir sa première démarche export

Cours magistral • Bachelor 2 • 3 séances de 2 heures

B2-EXPORTER

Objectifs pédagogiques

À l'issue des trois séances, vous devrez être capables de :

01 Expliquer

l'intérêt économique de l'exportation pour l'Algérie.

02 Diagnostiquer

les forces et faiblesses face aux marchés internationaux.

03 Identifier

des secteurs exportateurs hors hydrocarbures.

04 Comparer

des marchés selon la demande, les coûts et les contraintes.

05 Construire

une première proposition produit-pays-client.

Prérequis : notions fondamentales de marketing de Bachelor 1.

Le parcours en 3 séances

SÉANCE 1

Pourquoi exporter ?

Enjeux économiques • forces et faiblesses • diversification

SÉANCE 2

Quel produit, quel marché ?

Secteurs potentiels • zones géographiques • critères de choix

SÉANCE 3

Comment exporter ?

Client • offre • documents • transport • paiement

Fil conducteur : passer d'une idée de produit à une hypothèse commerciale argumentée.

01

Séance 1 — Pourquoi exporter davantage ?

Comprendre les enjeux économiques pour le pays et pour l’entreprise

Les notions indispensables

Exportation

Vente de biens ou de services à un client situé à l'étranger.

Importation

Achat de biens ou de services auprès de l'étranger.

Balance commerciale

Différence entre la valeur des exportations et celle des importations de biens.

Diversification

Développer plusieurs sources de revenus et secteurs, plutôt que dépendre d'un seul.

Question : que risque un pays qui dépend fortement d'un seul produit exporté ?

Pourquoi exporter ?

Pour le pays

- Faire entrer des devises
- Diversifier l'économie
- Renforcer les échanges
- Soutenir l'activité productive

Pour l'entreprise

- Trouver de nouveaux clients
- Augmenter les ventes
- Répartir les risques
- Valoriser son savoir-faire

Pour l'emploi

- Développer les compétences
- Créer des postes
- Structurer la production
- Stimuler l'innovation

Exporter n'est pas seulement vendre plus : c'est apprendre à répondre aux exigences d'un autre marché.

L’Algérie : forces et points de vigilance

Forces

- Position entre Europe, Afrique et Méditerranée
- Ressources naturelles, agricoles et industrielles
- Potentiel entrepreneurial et savoir-faire
- Développement possible des services numériques

Points de vigilance

- Dépendance persistante aux hydrocarbures
- Offre parfois peu diversifiée
- Contraintes logistiques et commerciales
- Normes, compétitivité et régularité de l’offre

À retenir : les possibilités et les obstacles varient selon le secteur et l’entreprise.

Un enjeu majeur : diversifier les exportations

Selon le document de cours, les hydrocarbures représentaient environ 91 % des exportations algériennes de biens en 2023 (source citée : FMI).

Exportations de biens — ordre de grandeur 2023



Autres biens ≈ 9 %

Question : quels produits ou services pourraient augmenter la part hors hydrocarbures ?

Activité — L’Algérie sans pétrole ni gaz ?

En petits groupes, imaginez les exportations possibles si l’Algérie ne pouvait plus compter principalement sur les hydrocarbures.

1. Produits

Que pourrait-on vendre ?

2. Clients

Qui pourrait acheter ?

3. Arguments

Pourquoi acheter algérien ?

Restitution : chaque groupe présente une idée et un premier obstacle à vérifier.

02

Séance 2 — Quels produits et quels marchés ?

Repérer les opportunités et apprendre à comparer les pays

Quels secteurs explorer hors hydrocarbures ?

Agroalimentaire	Dattes, huile d’olive, produits transformés
Industrie	Matériaux de construction, produits chimiques
Équipements	Équipements électriques et produits manufacturés
Artisanat	Savoir-faire, créations et produits différenciés
Services numériques	Prestations pouvant être fournies à distance

Un secteur prometteur ne garantit pas qu’une entreprise donnée puisse exporter immédiatement.

Quatre familles de marchés à comparer

Europe

France, Espagne, Italie, Allemagne
Proximité et débouchés possibles ; normes et concurrence exigeantes.

Pays arabes

Tunisie, Libye, Arabie saoudite, Émirats, Qatar
Liens culturels pour certains produits ; règles et distribution à étudier.

Afrique subsaharienne

Sénégal, Mauritanie, Côte d'Ivoire…
Opportunités régionales ; transport et financement à anticiper.

Marchés de niche

Produits premium, artisanat, cosmétiques, numérique
Différenciation possible ; besoin de bons partenaires et d'un volume rentable.

Comment choisir un pays cible ?

Demande

Le produit répond-il à un besoin réel ?

Concurrence

Qui vend déjà une offre comparable ?

Prix & pouvoir d'achat

Le client peut-il acheter à un prix rentable ?

Transport

Coût, délai, fiabilité et conservation

Réglementation

Normes, étiquetage, certificats, droits applicables

Usages

Habitudes de consommation et canaux de distribution

Un pays proche n'est pas automatiquement un marché facile, accessible ou rentable.

L'étude de marché : vérifier avant de se lancer

Une première étude de marché doit répondre à quatre questions :

1. Qui achète ?

Type de client, besoins et critères de décision.

2. Quelle demande ?

Volume potentiel, saisonnalité et tendances.

3. À quel prix ?

Prix concurrents, coûts et marge possible.

4. Quelles contraintes ?

Normes, transport, droits et distribution.

Méthode : recueillir des informations, comparer les options et formuler une hypothèse vérifiable.

Activité — Produit algérien, deux pays possibles

Choisissez un produit et proposez deux pays susceptibles de l’acheter.

Produit

Que voulez-vous exporter ?

Pays A / Pays B

Quels indices montrent qu’il existe une demande ?

Justification

Comparez concurrence, prix, transport et règles.

Livrable oral : 1 minute par groupe pour défendre le marché choisi.

03

Séance 3 — Comment se déroule une exportation ?

Découvrir le parcours concret, sans entrer dans une technicité excessive

Le parcours export en 7 étapes

1 Choisir le produit

Qualité, quantité, régularité

2 Choisir le marché

Demande et accessibilité

3 Trouver un client

Importateur, distributeur, entreprise

4 Construire l'offre

Prix, délais, paiement, livraison

5 Préparer l'expédition

Documents et formalités

6 Transporter

Mode de transport et responsabilités

7 Encaisser & fidéliser

Paiement sécurisé et relation durable

La réussite dépend de la cohérence de toutes les étapes, pas d'un seul bon produit.

Incoterms : à quoi servent-ils ?

Les Incoterms sont des règles qui précisent, dans un contrat de vente, certaines responsabilités du vendeur et de l'acheteur.

Ils aident à clarifier

- Qui organise le transport ?
- Qui supporte certains coûts ?
- À quel moment le risque est transféré ?

Ils ne remplacent pas

- Le contrat de vente complet
- Les règles de paiement
- Les formalités réglementaires ou douanières

À ce stade, comprendre leur rôle suffit : l'étude détaillée relève du cours de commerce international.

Choisir un mode de transport

Maritime

Souvent adapté aux volumes importants ; délai plus long.

Routier

Souple pour les échanges régionaux et les trajets terrestres.

Aérien

Rapide, mais généralement plus coûteux.

Multimodal

Combine plusieurs modes pour répondre au trajet et au produit.

Le choix dépend du produit, du délai, du coût, de la destination et des conditions de conservation.

Documents et acteurs à connaître

Exemples de documents

- Facture commerciale
- Liste de colisage
- Document de transport
- Certificat d’origine si requis
- Certificats sanitaires selon le produit

Acteurs à consulter

- ALGEX : promotion du commerce extérieur
- CACI : information et réseau consulaire
- Douanes : formalités applicables
- Banque : paiement et sécurisation
- Services officiels : exigences du marché

Les exigences dépendent du produit, du pays de destination et des règles en vigueur : toujours vérifier les sources officielles.

Mini-projet final — Ma première idée export

Produit

Quel produit algérien ?

Marché cible

Quel pays ou quelle zone ?

Client potentiel

Qui achèterait ?

Avantage

Pourquoi choisir cette offre ?

Obstacle

Quel risque ou quelle contrainte vérifier ?

Première action

Quelle démarche concrète réaliser en premier ?

Format : individuel ou en petit groupe • Présentation courte et argumentée

Comment le mini-projet sera évalué

Intérêt économique de l'export	20 %
Pertinence du produit et du marché	30 %
Avantage concurrentiel et risque	25 %
Cohérence de la démarche proposée	25 %

Total : 100 %

À retenir

1. **Exporter répond à un enjeu de diversification économique.**
2. Le choix du marché doit partir du produit et de la demande.
3. La proximité géographique ne garantit pas la rentabilité.
4. Une exportation réussie se prépare : client, offre, conformité, transport, paiement.

Question finale : quel produit algérien exporteriez-vous, vers quel pays, et pourquoi ?

Ressources pour aller plus loin

ANNEXE

ALGEX

Agence nationale de promotion du commerce extérieur : informations et accompagnement des exportateurs.

Ministère du Commerce

Accords commerciaux et informations réglementaires à vérifier selon le produit et le marché.

CACI et Douanes

Informations consulaires, formalités et exigences documentaires.

Guide pratique de l’exportateur algérien

Support introductif à compléter par la vérification des règles actuellement applicables.

Ce support est pédagogique : il sensibilise aux étapes clés sans remplacer les vérifications officielles propres à chaque opération.