



HAL
open science

Insertion de l'Algérie dans la mondialisation : une approche par les affinités commerciales

Lamara Hadjou

► To cite this version:

Lamara Hadjou. Insertion de l'Algérie dans la mondialisation : une approche par les affinités commerciales. 49. Colloque de l'ASRDLF, Association de Science Régionale de Langue Française (ASRDLF). Belfort, FRA.; Université de Franche Comté (UFC). Laboratoire TheMA, Besançon, FRA.; Université de Neuchâtel (UNINE). Neuchâtel, CHE.; Institut National de Recherche Agronomique (INRA). UMR Centre d'Economie et de Sociologie Rurales Appliquées à l'Agriculture et aux Espaces Ruraux (1041).; Université de Technologie de Belfort-Montbéliard (UTBM). Laboratoire RECITS, FRA.; Université de Bourgogne (UB). Laboratoire d'Economie et de Gestion, Dijon, FRA., Jul 2012, Bellefort, France. 25 p. hal-02804700

HAL Id: hal-02804700

<https://hal.inrae.fr/hal-02804700>

Submitted on 5 Jun 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

INSERTION DE L'ALGERIE DANS LA MONDIALISATION : UNE APPROCHE PAR LES AFFINITES COMMERCIALES

Lamara HADJOU

MOISA - INRA UMR 1110 - Montpellier

Résumé

Dans cet article, nous proposons une analyse du degré d'intégration commerciale de l'Algérie dans le cadre de la mondialisation. Il s'agit surtout à travers le recours à l'indice des intensités commerciales relatives de mesurer les affinités de l'Algérie avec chacun de ses partenaires. Nous déclinons ces relations privilégiées par type d'échange (importation ou exportation) et par type de produit. Dans tous les cas, une démarche diachronique permet de retracer l'évolution des relations commerciales de l'Algérie depuis les années 1970 avec un accent particulier sur les dix dernières années. La notion d'affinité commerciale renvoie en réalité à la question du rôle des relations de proximité et leurs impacts sur l'orientation des flux d'échange. Dans les modèles traditionnels de commerce international, les variables de proximité sont assez rarement prises en compte. Tout se passe comme si, les avantages comparatifs et les économies d'échelles soient les seuls facteurs qui déterminent la nature des produits échangés et leur orientation géographique. Or, la profusion d'études récentes mobilisant notamment le modèle de gravité met de plus en plus la lumière sur les autres facteurs invisibles du commerce international. A travers l'indicateur des affinités, nous montrons que le commerce extérieur algérien est régi d'une façon assez remarquable par les relations de proximité et cela ne semble pas faiblir avec le temps. Alors qu'en termes absolu le commerce algérien tend à se diversifier avec des nouveaux partenaires comme la Chine, la Corée du Sud, la Turquie et l'Inde, en termes relatifs, les relations de proximité priment.

Mots clés : Théories de l'échange, affinités commerciales de l'Algérie, mondialisation

Abstract

In this paper, we propose an analysis of the degree of trade integration of Algeria in the context of globalization. This is mainly through the use of trade intensity index that we measure the relative affinities of Algeria with each of its partners. We decline these relationships by type of trade (import or export) and by type of product. In all cases, a diachronic approach allows to trace the development of trade relations of Algeria since the 1970s with particular emphasis on the last ten years. The notion of commercial affinity really refers to the question of the role of close relationships and their impact on the direction of trade flows. In traditional models of international trade, local variables are rarely taken into account. It is as if the comparative advantages and economies of scale are the only factors that determine the type of products traded and geographical orientation. But the profusion of recent studies mobilizing the gravity model puts more light on the invisible factors of international trade. Through the indicator of affinities, we show that the Algerian foreign trade is governed by a quite remarkable close relations and this does not seem to wane over time. While in absolute terms the Algerian trade tends to diversify with new partners such as China, South Korea, Turkey and India, in relative terms, the proximity relations prevail.

Keywords: Theories of trade, commercial affinities of Algeria, globalization

Introduction

Dans cet article, nous tenterons de démontrer l'importance et la pertinence des déterminants non traditionnels des échanges commerciaux. Pour ce faire nous proposons de développer le concept d'affinité commerciale pour expliquer l'intensité et l'orientation géographique des relations commerciales de l'Algérie. Ce travail qui s'inscrit à l'interface de l'économie internationale et de l'économie géographique, tente de reconsidérer les déterminants spatiaux (territoriaux) dans la sphère des échanges commerciaux. A travers une définition et une revue de la littérature empirique sur la relation entre la géographie et le commerce, nous explicitons l'importance du concept d'affinités commerciales dans les rapports commerciaux de l'Algérie. Il est certes, difficile de donner une définition précise de ce qu'on entend par affinité commerciale, et de sa relation avec la notion de proximité (géographique et culturelle), néanmoins, cette contribution tente d'appréhender ces deux concepts pour le cas de l'Algérie en recourant à l'utilisation de l'indice des intensités relatives bilatérales. Cet indice statistique est une mesure quantitative des affinités commerciales, mis au point par le CEPPII. Après avoir défini la notion d'affinité commerciale et son rapport avec la proximité, nous présentons brièvement l'indice des intensités relatives bilatérales, qui nous permettra par la suite de mesurer ces affinités pour le cas de l'Algérie, dans une démarche diachronique et par produit.

1- Les déterminants des affinités commerciales

Pour mettre en évidence les affinités commerciales entre l'Algérie et ses partenaires, il est indispensable de définir la notion d'affinité commerciale. Pour Bernard Fustier (2001), dans un article qu'il a consacré aux échanges Euro-méditerranéens, les affinités commerciales ne peuvent faire l'objet d'une définition précise, à cause des nombreux facteurs qui interviennent dans sa définition. Cependant, il est possible de cerner cette notion en définissant les principaux facteurs qui l'influencent. Et à ce titre, l'auteur les précise comme suite : « *les affinités commerciales entre pays sont influencées par de nombreux facteurs. La proximité géographique joue un rôle important en raison, tout d'abord, de son impact sur le coût des marchandises transportées et, en second lieu, parce qu'elle se trouve en étroite liaison avec d'autres formes de proximité (culturelle, institutionnelle...) qui favorisent la confiance réciproque entre partenaires. Une telle confiance n'exclut pas que, pour des motifs économiques différents, des pays voisins puissent entretenir des relations commerciales différentes avec des pays éloignés...* » (Fustier, 2001). Disdier et Mayer (2004) donnent une définition similaire. Pour ces auteurs, la proximité facilite les échanges et ce fait a été largement admis grâce au recours des économistes au modèle de gravité. Plus précisément l'impact de la proximité sur le commerce peut être divisé en deux composantes : « *The reduction of transaction costs (freight, but also communication and information costs) and "bilateral affinity" between the two countries (which notably influences preferences of consumers)* » (Disdier, Mayer, 2004). Les affinités sont générées par « *complex mixture of exogenous "historical accidents" (good or bad) that arose between the two countries and more endogenous economic characteristics of the two countries* » (Ibid). Marcus Noland (2005) définit les affinités commerciales par les attitudes et de liens subjectifs qui accroissent la confiance et réduisent les risques et les coûts de transaction. Ses résultats suggèrent « *that the observed attitudes are a function of cultural and ideological factors, and that democratization would be associated with greater affinity and more trade* ».

Il existe de ce fait, deux principaux facteurs qui agissent sur les échanges commerciaux bilatéraux entre pays, dont il convient de souligner l'importance. D'une part, la proximité géographique, et d'autre part, la proximité relationnelle (culturelle et institutionnelle). Rappelons que les théoriciens de l'école de la proximité en France (Rallet, Torre, 2003) utilisent les notions d'appartenance (normes) et de similitude (représentations) pour définir la proximité relationnelle. Alors que Bernard Fustier utilise un modèle gravitaire pour mesurer les affinités commerciales entre les pays méditerranéens, Michael Freudenberg, Guillaume Gaulier et Deniz Unal-Kesenci (CEPII) quant à eux, ont recours à ce qu'ils appellent l'indice (coefficient) des intensités relatives bilatérales- qui permet aussi d'isoler les effets (déterminants) de proximité géographique et relationnelle, des déterminants que nous livrent les théories de l'échange (les avantages comparatifs et les rendements d'échelle). Pour ces derniers, en plus de la proximité géographique et culturelle, les flux commerciaux bilatéraux sont influencés par les déterminants institutionnels, tels la similarité des systèmes politiques, des niveaux de vie et des politiques commerciales. Dans ce travail, nous aurons recours à la deuxième méthode afin de démontrer que la géographie et la proximité relationnelle jouent un rôle primordial, dans le cadre des relations commerciales bilatérales entre l'Algérie et ses partenaires.

Freudenberg et al. (1998) dans leur étude d'évaluation de la régionalisation du commerce international démontrent sur un échantillon de 53X53 pays sur la période 1967-1994, que les échanges les plus intenses et les plus significatifs concernent en premier lieu, les partenaires proches. Autrement dit, la plupart des pays commercent plus avec des pays (partenaires) qui leurs sont proches géographiquement et par voie de conséquence culturellement. Il est donc indéniable de constater que le phénomène du commerce de proximité n'est pas seulement lié à une zone bien spécifique ou à un pays donné, mais au contraire, c'est un phénomène qu'on retrouve partout dans tous les pays et les régions du monde, avec cependant, des degrés divers. En 2003, dans une réunion organisée par la conférence Européenne des Ministres de transport, il est noté un regain d'intérêt important dans la littérature du commerce international sur les questions de l'impact de la distance (géographie) sur le commerce. Cette étude démontre qu'une politique de transport appropriée serait en mesure de stimuler intensivement le commerce. De ce fait, elle fait remarquer qu'une politique commerciale ne doit pas seulement se focaliser sur la réduction des barrières tarifaires et non tarifaires, comme cela se fait dans la plupart des pays. Il est aussi indispensable d'inclure dans cette politique, des mesures tendant à faciliter le commerce, et entre autres de ces mesures, une politique de réduction des frais de transport à travers l'amélioration des infrastructures de transport, à même de stimuler le commerce.

A cet égard, cette étude montre que même avec des barrières douanières nulles, les obstacles au commerce sont loin d'être éliminés. L'exemple donné est celui des Etats-Unis. Pour ce pays la différence moyenne entre les prix des biens importés à la sortie de l'usine et les prix moyens de ces mêmes biens importés aux USA est de l'ordre de 170 % : 55 % constituent la marge bénéficiaire qu'engrangent les grossistes et les détaillants, 44 % représentent les frais liés aux droits de douane, 21 % aux coûts de transport et 50 % constituent les autres tarifs liés aux formalités, aux démarches administratives et autres frais de transit. Au vu de ces chiffres, on ne peut que constater la prégnance de la géographie dans les rapports d'échange.

1.1. Les coûts de transport et le commerce

Pour donner une idée sur l'importance de la distance comme facteur pouvant soit, encourager le commerce quand elle est faible, ou le décourager quand elle est élevée, nous reprenons quelques résultats obtenus notamment par Coulibaly (2006) dans le cadre de sa thèse à l'université de Paris1. Pour celui-ci, les pays Européens enclavés (*landlocked country*) commercent, toutes choses égales par ailleurs, avec moins de 30 % que les autres pays non enclavés (*not landlocked*), alors que les pays non Européens commercent à hauteur de moins de 40 % que les autres pays non enclavés dans les années 2000.

Dans les pays en développement, les pays enclavés commercent à hauteur de 25 % de leur PIB, alors que ce même ratio est de l'ordre de 40 % pour les pays en développement non enclavés. Ces résultats sont significatifs du rôle que joue la distance, mais également les infrastructures dans les échanges commerciaux bilatéraux. A ce titre, une autre étude menée par Amjadi et Yeats (1995) a démontré que la relative faiblesse des exportations des pays subsahariens est principalement due aux coûts de transport élevés, occasionnés par le manque d'infrastructures et à la vétusté de celles qui existent au sein de ces pays. Ce résultat est également celui obtenu par Anthony J. Venables et Nuno Limao (1999) dans le cadre d'une recherche menée au profit de la banque mondiale. Ces deux auteurs affirment que les pays enclavés subissent des coûts de transport plus élevés par rapport aux pays côtiers. De ce fait, les pays de l'Afrique subsaharienne et plus généralement les pays africains ont un commerce faible, il faut ajouter que ces pays disposent d'infrastructures vétustes et peu performantes, ce qui est de nature à accroître davantage les coûts de transport. En conséquence, améliorer la qualité des infrastructures et les élargir dans ces pays, entraîneraient une augmentation de leur commerce international de plus de 50 %, alors que réduire les coûts de transport par deux aurait un effet multiplicateur sur leur commerce de l'ordre de cinq.

Toutefois, le résultat le plus significatif des deux auteurs, et qu'Alejandro Micco et Tomas Serebrisky (2004) ont confirmé, est celui de savoir que « *in many cases, the effective rate of protection provided by transport costs is higher than the one provided by tariffs* ». Ce phénomène est expliqué par le fait que les droits de douanes n'ont pas cessé de diminuer depuis l'instauration du GATT et de son successeur l'OMC. Dans cette perspective, James Anderson et Eric van Wincoop (2004) ont estimé le coût engendré par les barrières douanières pour les pays développés à seulement 5 % en moyenne, et à 8 % pour les barrières non tarifaires, alors que le coût de transport moyen est de l'ordre de 21 % pour les pays comme les USA, ce qui est encore plus vrai pour les pays en développement.

La CNUCED quant à elle, a estimé la part des coûts de transport en pourcentage dans la valeur des importations, le tableau ci-dessous reprend les résultats acquis.

Tab1. Estimations de la part totale des frais de transport dans les produits importés (en % de la valeur d'importation).

Pays développés à économie de marché	4,19
Pays en développement	8,06
dont :	
Amériques	7,08
Asie	7,97
Afrique	11,41
Pays d'Afrique sans littoral	18,79
Afrique du Nord	9,01
Afrique de l'Est	13,70
Afrique de l'Ouest	13,60

Source : CNUCED, (1999)

La portée de ces conclusions est importante en matière de politique économique. Il s'agit de dire qu'une politique commerciale stratégique et efficace est forcément corrélée à une politique active en matière de transport.

De ce qui vient d'être décrit, on en conclut que la distance compte toujours dans le commerce bilatéral. C'est ce qui fait dire à James Anderson et Eric van Wincoop à propos de la distance géographique « *the report of my death was an exaggeration* », une citation reprise d'un célèbre écrivain américain (Mark Twain, 1835-1910). Cependant, il est indispensable d'explicitier les facteurs qui ont une influence sur les coûts de transport avec plus de précision. Anthony J. Vendables et Nuno Limao (1999) suggèrent qu'il y a deux principaux déterminants influençant les coûts de transport. D'un côté, les caractéristiques géographiques, et de l'autre, la qualité des infrastructures.

Parmi les caractéristiques géographiques, ils distinguent trois facteurs qui ont un rôle déterminant. En premier lieu, il y a la distance qui pèse négativement sur le commerce bilatéral. En second lieu, les frontières communes qui ont généralement une influence positive sur les flux bilatéraux. En effet, deux pays adjacents partagent généralement un réseau de transport qui permet de réduire les distances parcourues, et de faciliter le transport. De plus, deux pays voisins sont censés partager des accords tarifaires qui facilitent les démarches douanières et réduisent le temps de transit. La dernière caractéristique géographique est l'enclavement ou non, autrement dit, le critère d'accessibilité à la mer. En effet, un pays isolé ou enclavé commerce, toutes choses égales par ailleurs, moins qu'un pays non enclavé selon toujours les résultats obtenus par ces deux auteurs.

Le deuxième élément qui pèse sur les coûts de transport est la qualité des infrastructures, qui est négativement corrélée aux coûts de transport. Suivant cette approche, James Anderson et Eric van Wincoop (2003) estiment qu'il faudra ajouter à ces différents coûts, les frais de transport interne, avec notamment la prise en considération des caractéristiques géographiques et de la qualité des réseaux de transport interne des pays. En effet, les marchandises importées doivent être acheminées aux consommateurs, ce qui pose la problématique de la disponibilité des moyens de transport et de la rapidité d'acheminement, ainsi que de son coût qui diffèrent selon le niveau de développement des pays. Sur ce plan, les pays en développement et surtout

les pays africains accusent un retard remarquable¹. Ces deux auteurs notent aussi, que les coûts de transport ont certes largement diminué mais en contraste. Ainsi, les frais de transport par air ont très largement baissé, alors que les frais de transport par voie maritime ont quelque peu augmenté, ceci s'explique par l'amélioration de la qualité du transport, notamment avec l'invention du Conteneur.

Tout ce que nous venons de décrire milite en faveur du commerce de proximité qui a l'avantage de ne pouvoir supporter, que des coûts de transport faibles. Pour confirmer cette tendance, Freudenberg et al. (1998) ont mis au point, dans le cadre d'une recherche au profit du CEPII, un indice qui permet de mesurer l'impact des facteurs géographiques et culturels sur le commerce bilatéral. Les résultats obtenus sont significatifs : les USA échangent plus intensivement avec leurs pays voisins à savoir le Mexique et le Canada avec un indice de cinq. Autrement dit, les échanges des USA avec le Mexique et le Canada sont cinq fois plus importants à ce qu'ils devraient être (si on tenait seulement compte de leurs poids économiques dans le commerce mondial). Les échanges de l'Australie avec la Nouvelle Zélande sont vingt fois plus importants à ce qu'ils devraient être étant donné leur poids respectif dans le commerce mondial. Les échanges entre l'Allemagne et l'Autriche (indice de 4, c'est quatre fois plus importants), entre la France et la Belgique (2,9), entre le Japon et la Chine (2,8), entre l'Allemagne et la Suisse (2,7), entre Singapour et la Malaisie (11,3), entre l'Espagne et le Portugal (9,4), entre le Royaume-Uni et l'Irlande (6,6), entre les pays maghrébins ou encore entre les pays scandinaves (Danemark, Finlande, Norvège, Suède) sont très intenses.

1.2. La proximité culturelle et institutionnelle et le commerce

Il faut savoir que la théorie de l'échange international dans sa version traditionnelle et/ou dans sa version nouvelle ne s'est pas préoccupée du rôle de la géographie comme déterminant substantiel des flux bilatéraux. Elle n'a pas davantage consacré un intérêt quelconque au rôle de la proximité culturelle et institutionnelle comme également éléments ayant une influence non négligeable sur l'intensité du commerce bilatéral. Par conséquent, il fallait attendre l'avènement du modèle de gravité pour une reconsidération de ces facteurs longtemps négligés. Au départ, le modèle de gravité qui rappelons-le, est emprunté aux géographes, ne s'est soucié que de la distance en tant que déterminant des flux bilatéraux. En effet, dans l'équation simple de gravité, on ne retrouve que trois variables à savoir le PIB du pays importateur, le PIB du pays exportateur, et la distance. L'utilisation de ce modèle par de nombreux auteurs (l'instrument de modélisation le plus largement utilisé par les économistes dans le domaine du commerce international), engendrait des inquiétudes et des interrogations concernant les résultats obtenus. Ce qui a éveillé le plus l'intrigue des économistes concernait la valeur du coefficient de la distance très élevé. De ce fait, les utilisateurs du modèle avançaient qu'il y avait un biais d'estimation dû certainement à des variables omises. Les économistes ont ajouté par la suite des variables binaires pour capter les effets de la proximité culturelle, ce qui permettait d'obtenir des résultats plus correctes. Toutefois, il est important de poser la question de savoir comment la proximité culturelle influence sur le commerce bilatéral ? Et comment peut-on apprécier ou définir cette proximité ?

¹ A titre d'exemple, la CNUCED (rapport 1999, page 6) a estimé que les frais de transport routier en Côte d'Ivoire étaient deux à trois fois plus élevés qu'en Asie du Sud Est, tandis que les frais de camionnage à longue distance en Afrique subsaharienne étaient quatre fois et demie plus élevés qu'au Pakistan.

La proximité culturelle peut être définie comme le partage d'un certain nombre de valeurs et/ou de traditions entre des pays proches géographiquement. Elle peut être appréciée à travers les courants d'échanges mondiaux, où ces derniers s'orientent comme on l'a déjà signalé prioritairement vers les pays contigus. Partager une langue commune, une culture similaire, un passé commun, une même religion sont autant de facteurs qui entrent en jeu, dans les relations commerciales et politiques entre pays. Ces facteurs, d'un point de vue sociologique permettent de réduire la peur de l'autre et donc d'aller davantage vers l'autre. D'un point de vue purement économique, la proximité culturelle réduit les incertitudes et facilite les échanges et la communication, elle est également synonyme de moindre coût, notamment en ce qui concerne la récolte d'informations sur les partenaires étrangers de la part des opérateurs du commerce extérieur. L'histoire qui est la base de ce rapprochement culturel semble donc jouer un rôle non négligeable. Le premier qui a eu l'idée que l'histoire pouvait jouer un rôle important dans les relations bilatérales selon Barry Eichengreen, Douglas et A Irwine (1995), est Paul Krugman. Cet auteur, dans la construction de la nouvelle théorie du commerce international et de la nouvelle géographie économique considère l'histoire, ou encore, ce qu'il appelle les conditions initiales de l'apparition d'un nouveau produit, comme le moteur qui permet d'expliquer pourquoi un tel pays s'est spécialisé dans l'exportation d'un tel ou autre produit. Dans ce qui suit, nous aurons donc à détailler la relation entre la proximité culturelle et le commerce.

1.2.1. Les déterminants culturels

De nombreuses investigations empiriques se sont attelées à mesurer l'impact des déterminants culturels sur le commerce. Gert-Jan M. Linders, Henri L.F. de Groot, Arjen Slangen et Sjoerd Beugelsdijk (2005) dans une étude sur le rôle de la proximité culturelle et institutionnelle comme déterminants des échanges bilatéraux ont apporté quelques éclaircissements sur cette relation.

Pour ces auteurs, la distance culturelle est synonyme de coûts d'échanges plus élevés, à partir du moment où celle-ci augmente la difficulté de communication et de connaissance du comportement de l'autre, ce qui complique les interactions entre partenaires. Pour ces auteurs, la difficulté la plus importante qui subsiste entre des pays distants culturellement concerne la perception des choses et des situations et donc la difficulté de coordination des actions pour surmonter un différend quelconque. D'autres économistes ont adopté une autre approche pour déceler l'effet de la distance culturelle sur les échanges, celle-ci consiste à ne prendre en considération qu'un seul facteur comme mesure de la distance ou de la proximité culturelle. William K. Hutchinson (2003) qui s'est consacré à mesurer l'effet de la distance linguistique sur le commerce bilatéral des USA, conclut que le commerce des USA est plus élevé avec les pays anglophones, suggérant de ce fait que la distance linguistique est un facteur de ralentissement des échanges. Néanmoins, en tenant compte des flux migratoires entre pays, il affirme que ces migrants stimulent le commerce, en ce sens qu'ils participent au rapprochement culturel entre pays. Dans une optique nouvelle pour mesurer les affinités commerciales dues à la proximité culturelle et/ou politique, Marcus Noland (2005) de l'Institut de l'économie internationale du Massachusetts, a modélisé la relation entre l'opinion (attitude) publique américaine et le commerce avec certains pays. Cet auteur suggère que la confiance mutuelle entre un importateur et un exportateur de pays différents tend à être plus élevée entre des pays proches culturellement. Cette confiance accroît la possibilité de commerce entre ces deux opérateurs de plus de 32 %. De plus, selon un sondage fait par le gouvernement américain en 1978 (cité par l'auteur) sur l'opinion des américains envers

d'autres pays, ces derniers positionnent le Canada et le Royaume-uni comme deux pays qui leurs inspirent confiance. Pour Marcus Noland, ce résultat n'est pas étonnant, du fait que l'Amérique partage avec ces deux pays une proximité culturelle importante.

Marcus Noland note également que le commerce est plus intense entre les USA et les pays démocratiques, ceci, incite à inclure la nature du régime politique comme facteur qui influence les affinités culturelles et donc commerciales.

Rocco R. Huang pose la problématique de l'information comme handicap aux échanges bilatéraux. Il affirme que chercher un partenaire dans un pays étranger de culture différente peut créer une difficulté pour recueillir des informations et peut donc constituer une barrière à l'échange. Empiriquement, les études montrent que l'existence d'une langue commune ou d'un passé colonial commun peuvent limiter les effets liés aux barrières informationnelles, et de ce fait, encourager les échanges commerciaux. D'autres auteurs cités par Rocco R. Huang (2005), laissent entrevoir que des pays qui ont une frontière commune tendent à se connaître mieux, parce que l'interaction entre les habitants en matière de tourisme et de commerce est élevée, augmentant ainsi les échanges transfrontaliers.

Sur cette lignée Miren Lafourcade et Elisenda Paluzie (2010) estiment que les régions françaises commercent 64 % plus avec les régions espagnoles transfrontalières par rapport aux autres régions. James Anderson et Eric van Wincoop (2003) estiment pour le cas des USA que les barrières politiques réduisent le commerce bilatéral de 8 %, les barrières de langues de 7 %, les barrières liées aux risques de changes de 14 %, et enfin les barrières liées aux coûts de l'information et de sécurité à 6 % et 3 % respectivement.

1.2.2. Les déterminants institutionnels

Comme la proximité culturelle est étroitement liée à la distance géographique, la distance institutionnelle est également corrélée à la distance culturelle, en ce sens que deux pays éloignés culturellement devraient l'être également sur le plan des institutions (Groot, Slangen, Beugelsdijk, 2005). Dans une large mesure la qualité des institutions d'un pays, comme disposer d'un système juridique performant, la disponibilité de lois protégeant la propriété intellectuelle et en général la propriété privée, sont de nature à renforcer la sécurité des transactions commerciales. Un tel système renforce inévitablement la confiance entre les agents économiques de différents pays. L'adéquation de la réglementation nationale à celle qui est en vogue dans d'autres pays, l'adhésion d'un pays à des conventions internationales de protection des droits privés et des transactions commerciales, renforcent également le commerce bilatéral.

De ce fait, disposer d'institutions archaïques et d'un système juridique qui n'offre pas toutes les garanties aux partenaires étrangers augmente le risque pays et réduisent par conséquent le commerce bilatéral. La transparence et l'impartialité des institutions relèvent également de l'impératif dans les transactions internationales. Une différence en matière des institutions est de nature à accroître le coût de l'échange. Un opérateur qui entre en contact avec des partenaires dans d'autres pays culturellement et institutionnellement différents, va être obligé de supporter des coûts de transaction pour s'informer, prise de connaissance des règles en vigueur et les procédures à suivre pour commercer avec ces opérateurs. De plus, le risque que prend un opérateur sur des marchés inconnus est considérable, ceci l'incite soit à ne pas

prendre ce risque, soit à prendre des garanties qu'il doit payer. Dans les deux cas, le commerce bilatéral se trouve amputé.

Les études empiriques mettent l'accent sur la stabilité politique, la bonne gouvernance, la disponibilité d'institutions de qualité, de lois qui garantissent la sécurité des transactions et d'un système de lutte contre la corruption. La disponibilité de toutes ces conditions garantit un commerce bilatéral intense. Les incertitudes et les risques ainsi que les coûts supplémentaires qu'ils engendrent, incitent à affirmer que la proximité institutionnelle qui est le corollaire de la proximité culturelle renforce les liens commerciaux et donc les affinités commerciales. Dans ce sillage, une étude récente (Henri and al. 2003) sur le rôle des institutions dans le commerce bilatéral, arrive à la conclusion que disposer d'institutions de qualité, de lois conformes et similaires entre deux pays accroît les échanges entre ces deux pays de 12 % à 18 %.

2. Méthode de mesure des affinités commerciales

La proximité est le moteur des affinités commerciales, et cela se vérifie par l'étude des structures du commerce international. Pour Gérard Lafay (2004) les relations de proximité participent non seulement à la promotion du commerce, elles sont encore le déterminant principal de l'intégration régionale. La proximité géographique est en effet synonyme de coûts de transport faibles, mais plus encore, d'affinités culturelles et institutionnelles. Ces affinités facilitent à plusieurs égards les ententes régionales entre pays. Cette proximité est également synonyme de l'existence d'un commerce intense. Les opérateurs économiques de ces pays se connaissent bien ce qui signifie aussi que des réseaux d'échanges se sont déjà constitués, et on le sait très bien que l'un des moteurs de l'échange entre pays est justement l'existence de ces réseaux.

Dans la littérature, il existe deux principaux outils pour évaluer les affinités commerciales. Le modèle de gravité est l'outil le plus utilisé pour capter les effets des variables géographiques (distance, effet frontière de MacCallum, 1995). Ces mesures de distance notamment sont relativement pauvres et ne permettent pas de capter tous les effets de la proximité (Disdier, Mayer, 2004). D'autres variables sont alors proposées pour évaluer les effets des similarités culturelles (langue commune, religion, lien colonial...) et institutionnelles (normes, valeurs, qualité des institutions...). Cette méthode est assez utile pour estimer l'impact séparé de chaque variable sur le commerce. Une seconde méthode qui utilise toujours le modèle de gravité propose de mesurer les affinités par la notion de potentiel commercial. Nous privilégions la troisième méthode d'apprécier l'importance de la géographie dans le renforcement des affinités commerciales bilatérales qui recourt à l'utilisation de l'indice d'intensité relative bilatérale (CEPII, 1998). C'est cette méthode que nous utiliserons pour sa simplicité (évite les problèmes économétriques inhérents au modèle de gravité, variables omises...) et aussi sa pertinence. Cet indice mesure le rôle de la géographie dans les échanges bilatéraux en éliminant l'effet de taille, c'est à dire en neutralisant l'effet du poids économique de chaque pays. Il est calculé en rapportant un flux bilatéral observé ; donné par le rapport entre le volume du commerce bilatéral sur le commerce mondial (V_{ij} / V), à un flux théorique ; donné par le rapport du volume total des échanges commerciaux des pays i et j avec le monde sur le commerce mondial au carré ($V_i V_j / V^2$). Cet indice prend la forme suivante:

$$I_{ij} = \frac{(V_{ij} / V)}{(V_i \cdot V_j / V^2)}$$

Qui se réécrit comme suite :

$$I_{ij} = \frac{(V_{ij} * V)}{(V_i \cdot V_j)}$$

Où :

I_{ij} : Indice des intensités relatives bilatérales entre le pays i et j ;

V_{ij} : Le volume du commerce bilatéral entre i et j (exportations + importations) ;

V_i : Le volume total du commerce international du pays i (exportations + importations totales du pays i vers le monde) ;

V_j : Le volume total du commerce international du pays j (exportations + importations totales du pays j vers le monde) ;

V : le volume du commerce mondial.

Cet indicateur des échanges totaux peut être adapté au cas des exportations et importations algériennes. Il existe certainement des différences en termes d'affinités entre chacune des variables. L'étude séparée des importations et des exportations peut renseigner avec plus de précision sur ce qui influe le plus sur l'intensité des échanges totaux. Par ailleurs, ces affinités sont loin d'être statiques, elles évoluent en permanence, d'où la nécessité de travailler sur des séries temporelles de plusieurs années.

Pour les cas importations et exportations, l'indicateur se réécrit comme suite :

$$IM_{ij} = \frac{(M_{ij} * M^w)}{(M_i \cdot X_j)} \quad IX_{ij} = \frac{(X_{ij} * X^w)}{(X_i \cdot M_j)}$$

Où :

IM_{ij} : Intensités relatives des importations du pays i de j ;

M_{ij} : Importations du pays i du pays j ;

M^w : Importations mondiales ;

M_i : Importations totales du pays i ;

X_j : Exportations totales du pays j ;

IX : Intensités relatives des exportations du pays i vers j ;

X_{ij} : Exportations du pays i vers j ;

X^w : Exportations mondiales ;

X_i : Exportations totales du pays i ;

M_j : Importations totales du pays j.

Il est également utile de décliner l'indicateur des intensités relatives bilatérales par type de produit. Là encore, nous pouvons tirer des leçons intéressantes sur l'orientation géographiques des produits et tenter de comprendre les logiques en œuvre. Nous avons choisi de travailler sur les produits phares du commerce extérieur algérien à savoir les exportations d'hydrocarbures et les importations de céréales et de produits manufacturés. Ces produits représentent à eux seuls la quasi-totalité des exportations et une grande part des importations algériennes. L'indicateur des intensités commerciales peut être adapté à l'analyse par produit comme suite :

$$\mathbf{IM}_{ijk} = \frac{(M_{ijk} * M^{wk})}{(M_{ik} * X_{jk})} \qquad \mathbf{IX}_{ijk} = \frac{(X_{ijk} * X^{wk})}{(X_{ik} * M_{jk})}$$

Où :

IM_{ijk} : Intensités relatives des importations du produit k par le pays i du pays j ;

IX_{ijk} : Intensités relatives des exportations du produit k du pays i vers le pays j.

Si la proximité géographique et donc les affinités commerciales n'ont aucune influence sur le volume des échanges entre le pays i et j, cet indice serait égal à 1, car ce que le pays i échange avec le pays j est équivalent à leurs poids respectifs dans le commerce mondial. Si cet indice est supérieur à l'unité, cela voudra dire que le poids respectif des pays i et j dans le commerce mondial n'explique pas pleinement l'intensité des flux bilatéraux entre les deux pays. Il existe donc d'autres facteurs qui pèsent dans les flux bilatéraux. Ces derniers sont essentiellement de nature géographique.

Cette méthode fut appliquée par les économistes du CEPII sur un échantillon de 53 pays pour l'année 1994. Les résultats obtenus confirment la tendance que nous avons soulignée, à savoir que le commerce mondial est avant tout un commerce de proximité et que le mouvement de l'intégration régionale qui s'intensifie dans le monde n'est qu'une « *institutionnalisation de ces relations* » (Freudenberg et al. 1998). Ces auteurs suggèrent que le mouvement d'intégration actuel est justifié par l'intensité des relations de proximité et des réseaux d'échanges au sein de ces régions. C'est ainsi que de multiples réseaux au sein des trois régions qui dominent le commerce mondial (Eurafrique, Amérique et Asie-Océanie) sont mis en exergue. Au sein de la première région (Eurafrique), plusieurs réseaux peuvent être distingués à savoir : au nord de l'Europe entre les pays scandinaves qui entretiennent des relations commerciales très intenses. Au centre de l'Europe, les échanges sont organisés autour de l'Allemagne. Au sud de l'Europe, les échanges sont également importants entre les pays riverains de la Méditerranée, et enfin entre les pays africains avec l'Afrique du Sud comme pivot. Au sein de la deuxième région (Amérique), deux principaux réseaux d'échange intenses sont à distinguer : au nord entre les pays de l'ALENA, et au sud entre les pays du MERCOSUR. Au sein de la troisième région (Asie), trois réseaux d'échanges se différencient : entre les pays du sud-est asiatique, le commerce bilatéral entre l'Australie et la Nouvelle-Zélande et les liens intenses entre les pays localisés à mi-chemin entre l'Europe et l'Asie qui s'organisent autour de l'Inde.

3. Intégration commerciale de l'Algérie dans la mondialisation : une approche par l'indice des intensités relatives bilatérales

Dans cette dernière étape nous souhaitons mettre davantage en relief l'importance du facteur proximité dans les relations bilatérales algériennes. Pour ce faire, nous utilisons l'indice des intensités relatives bilatérales qu'on a présenté ci-haut. Nous procédons de la manière suivante : en premier lieu, nous calculons cet indice pour l'ensemble des partenaires les plus importants pour l'année 1973. Ensuite, nous nous intéressons à la dynamique prise par les relations commerciales algériennes au fil des années, par type d'échange (importation ou exportation) et de produit. Pur nos calculs, nous avons utilisé les bases de données des Nations-Unies (COMTRADE) et de l'OMC.

Le tableau 2 reprend les résultats obtenus pour 1973. Ces derniers mettent en exergue deux catégories de pays : ceux avec qui l'Algérie partage des affinités commerciales, et ceux avec qui l'Algérie ne partage pas d'affinités commerciales. Nous rappelons que le terme affinité commerciale signifie que les relations commerciales bilatérales ne sont pas uniquement déterminées par le poids économique (commercial) des pays dans le commerce mondial, mais également par d'autres facteurs, principalement, la proximité géographique, culturelle, institutionnelle et même politique et historique.

Tab2. Mesure des affinités commerciales de l'Algérie pour l'année 1973

Années	Pays partenaire	I
1973	France	4,53
1973	Allemagne	1,47
1973	Italie	2,11
1973	USA	0,79
1973	Espagne	8,14
1973	Japon	0,09
1973	Canada	0,20
1973	Pays-Bas	0,85
1973	Royaume-Uni	0,79
1973	Belgique	0,35
1973	Turquie	0,73
1973	Suisse	0,85
1973	Mexique	0,07
1973	Portugal	0,05
1973	Tunisie	3,94
1973	Brésil	0,47
1973	Grèce	0,78

Ainsi, en 1973 l'Algérie échangeait 4,5 fois plus avec la France par rapport à ce qu'elle devrait faire compte tenu du poids de la France et de l'Algérie dans le commerce mondial. L'Allemagne, l'Italie, l'Espagne et la Tunisie entretiennent également des relations commerciales privilégiées (affinités commerciales) avec l'Algérie avec respectivement des indices de (1,47), (2,11), (8,14) et (3,94) pour chacun des pays cités. Ces résultats confirment que, la proximité géographique avec ces 5 pays, le fait d'avoir un passé colonial avec la France et de partager une langue commune avec la Tunisie, participent amplement à l'intensification des échanges commerciaux de l'Algérie avec chacun de ces pays, et au renforcement de leurs affinités commerciales. Notons également que l'indice est le plus élevé avec l'Espagne, cette dernière étant très proche géographiquement. Il est en conséquence,

naturel que les relations commerciales et pas seulement par ailleurs, soient fortes avec l'Algérie.

Par contre, les Etats-Unis qui étaient 4^{ème} fournisseur et 3^{ème} client de l'Algérie en 1973 n'ont aucune affinité commerciale avec l'Algérie. Ce qui voudrait dire que les échanges entre ces deux pays sont en dessous de ce qu'ils devraient l'être. Un autre résultat qui risque de surprendre est celui obtenu pour la Tunisie qui à priori n'échange que très peu avec l'Algérie, alors que l'indice démontre une forte intensité des relations commerciales entre ces deux pays. Ce résultat s'explique simplement par le modeste poids de la Tunisie dans le commerce mondial et la similarité des structures commerciales.

Les tableaux 3 à 9 permettent de procéder à une analyse diachronique des relations commerciales algériennes avec les partenaires les plus importants. Ces derniers mettent en valeur l'évolution des affinités commerciales de l'Algérie avec chacun de ses partenaires.

Tab3. Evolution des affinités commerciales de l'Algérie avec les pays de l'Union-européenne

Années	France			Allemagne			Italie			Espagne			Portugal		
	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX
2002	3,71	4,97	2,90	0,51	0,78	0,30	4,32	2,52	5,47	4,36	2,78	4,67	2,55	0,96	2,89
2004	3,44	5,21	2,42	0,32	0,69	0,10	3,54	2,29	4,18	4,25	2,53	4,00	12,30	0,73	3,64
2006	2,86	5,29	1,91	0,30	0,76	0,10	4,20	2,61	4,67	4,16	2,78	4,02	4,99	/	5,37
2008	2,74	4,58	0,19	0,28	0,69	0,05	4,14	3,33	4,46	4,73	4,37	4,41	4,29	1,74	4,61
2010	2,78	4,49	1,68	0,37	0,70	0,10	4,31	3,45	4,82	4,76	4,03	5,00	3,31	2,34	3,59

Tx : Echanges totaux (importations + exportations)

IM : Importations

EX : Exportations

Le tableau 3 met en évidence un fait saillant à savoir que les affinités commerciales de l'Algérie avec l'ancienne puissance coloniale n'ont pas diminué au cours du temps, même si en 1978, une chute brutale des affinités fut enregistrée, ce qui peut s'expliquer par le mouvement des nationalisations auquel l'Algérie a procédé à cette époque. A partir de 1987 l'intensité des relations commerciales Algéro-française s'est stabilisée au tour d'un coefficient de 3,5. Depuis 2006, une nouvelle baisse des affinités commerciales s'installe. Elle est probablement liée d'une part à la montée de nouveaux partenaires (Turquie, Chine, Corée du Sud...) et d'autre part, au climat politique qui s'est réellement dégradé entre les deux pays. Dans le détail, l'écart est assez remarquable entre les affinités en termes importations et d'exportations. L'asymétrie des relations commerciales est en faveur de la France puisqu'elles sont deux fois plus élevées en matière d'importations algériennes que d'exportations. La France est le premier fournisseur de l'Algérie en 2010 avec des importations s'élevant à plus de 6 Md\$. Par contre, la France n'est que le cinquième client de l'Algérie, avec un volume d'exportations de près de 3,8 Md\$. Cela se traduit par une balance commerciale déséquilibrée en défaveur de l'Algérie. Les affinités d'exportations ont enregistré une baisse ces dernières années, ce qui reflète la faible capacité de l'Algérie à profiter du marché français pour diversifier et intensifier ses exportations.

Le tableau 3 renseigne aussi sur une diminution continue de l'intensité des relations commerciales de l'Algérie avec l'Allemagne. Elles sont passées d'un coefficient de 1,67 en 1978 à 1,18 en 1982 puis à 0,37 en 2010. Ce dernier étant un pays exportateur de biens d'équipement, il a vu ses exportations vers l'Algérie baisser avec l'arrêt du programme d'investissement du pays dans les années 1980, et l'échec de la politique des industries-industrialisantes. L'analyse plus fine des affinités commerciales par type d'échange montre

également un déséquilibre en faveur de l'Allemagne, avec une intensité d'exportation vers ce pays 6 à 7 plus faible que celle d'importation. L'Allemagne est le cinquième fournisseur de l'Algérie (2,4 Md\$), mais elle n'est que le 19^{ème} client pour un montant de 380 M\$ en 2010.

L'Italie, l'Espagne et le Portugal ont vu leurs affinités commerciales avec l'Algérie se renforcer au cours des années. Ces pays semblent profiter de leur proximité géographique et culturelle, et des accords préférentiels signés avec l'Algérie pour conforter au cours du temps leurs liens commerciaux. L'Algérie cible aussi beaucoup ces marchés notamment à travers des exportations de Gaz et de pétrole, de plus en plus élevées, via les pipelines qui traversent la Méditerranée. Ces chiffres démontrent que le potentiel de commerce existant en Méditerranée, l'Algérie l'exploite relativement bien, du moins dans le domaine énergétique. Par ailleurs, contrairement à la France et à l'Allemagne, l'intensité des relations d'exportations algériennes avec l'Italie, l'Espagne et le Portugal est plus forte que celle d'importation. Le déséquilibre commercial avec ces pays méditerranéens est en faveur de l'Algérie. L'Italie et l'Espagne sont respectivement 3^{ème} et 4^{ème} fournisseurs de l'Algérie derrière la France et la Chine en 2010, ils sont par contre 2^{ème} et 3^{ème} clients juste après les USA.

Tab4. Evolution des affinités commerciales de l'Algérie avec la Grèce et la Belgique

Années	Grèce			Belgique		
	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX
2002	1,22	3,21	0,71	0,75	0,75	0,82
2004	0,99	1,80	0,70	0,74	0,84	0,74
2006	1,57	6,19	0,66	1,13	0,83	1,25
2008	1,35	4,15	0,71	0,85	0,76	0,89
2010	2,54	7,32	1,14	1,05	0,71	1,31

Les affinités de l'Algérie avec la Grèce ont cru d'une façon remarquable ces dernières années, même si on observe une forte diminution en 2004. Cette baisse s'est rapidement estompée et la tendance est repartie à la hausse. En valeur, l'Algérie importe plus qu'elle n'exporte avec la Grèce, les affinités d'importations sont de la sorte, plus fortes que celles d'exportations. La balance commerciale est en faveur de la Grèce. La Belgique entretient peu de relations commerciales privilégiées avec l'Algérie. Le coefficient des intensités d'échange oscille entre une valeur de 0,7 et 1,13. Il est plus intense pour les exportations que pour les importations. Alors qu'en valeur, les importations algériennes de Belgique sont deux fois plus élevées que celles en provenance de Grèce, les affinités sont plus fortes avec la Grèce par rapport à la Belgique. Cela s'explique par le faible poids de la Grèce dans le commerce mondial contrairement à la Belgique qui dispose d'un volume d'échange beaucoup plus important. En 2010, la Belgique est le 9^{ème} client et le 13^{ème} fournisseur de l'Algérie avec des exportations de près de 2 Md\$, et des importations de près de 800 M\$. La Balance commerciale est excédentaire au profit de l'Algérie.

Tab5. Evolution des affinités commerciales de l'Algérie avec les autres pays Européens

Années	Suisse			Pays-Bas			Royaume-Uni			Turquie		
	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX
2002	0,37	0,60	0,01	2,38	0,55	2,99	0,52	0,61	0,37	6,78	6,16	6,50
2004	3,35	0,92	0,33	1,77	0,39	2,41	0,32	0,59	0,31	4,59	4,84	4,00
2006	0,34	0,85	0,14	1,32	0,39	1,76	0,62	0,50	0,59	3,69	4,82	2,96
2008	0,33	0,74	0,12	1,74	0,35	2,51	0,73	0,59	0,72	3,51	4,27	2,94
2010	0,59	1,13	0,18	1,56	0,37	2,53	0,67	0,71	0,62	4,41	5,02	3,89

Les relations commerciales entre l'Algérie et la Suisse se sont particulièrement intensifiées à partir de 2004, elles ont par la suite fortement chuté pour revenir à leur moyenne des années 1990. Le volume des importations est cinq fois plus élevé que celui des exportations, ce qui explique que les affinités d'importations soient plus fortes que celles d'exportations. Les affinités avec les Pays-Bas ont connu d'abord une forte croissance entre 1978 et 1982, puis une petite baisse dans les années 1990, elles ont repris au début des années 2000 pour baisser légèrement à partir de 2004. L'Algérie entretient des affinités d'exportations assez forte et en évolution constante avec les Pays-Bas, qui est le 4^{ème} client de l'Algérie après les USA, l'Italie et l'Espagne pour montant total d'exportation de 4,117 Md\$ en 2010. Par contre, il n'y a pas de relations privilégiées entre les deux pays en matière d'importations, les Pays-Bas étant seulement le 13^{ème} Fournisseur de l'Algérie en 2010 pour des importations s'élevant à 482 M\$. Nous constatons également que l'Algérie n'a aucune affinité commerciale avec le Royaume-Uni, et des affinités croissantes avec la Turquie. Ces résultats renseignent sur l'importance du potentiel commercial encore inexploité par l'Algérie avec ces pays. Même si la Royaume-Uni n'entretient pas de relations privilégiées avec l'Algérie, il est le 11^{ème} Client et 14^{ème} Fournisseur. En 2010, la Balance commerciale affiche un excédent de plus de 500 M\$ en faveur de l'Algérie.

La Turquie est l'un des rares pays hors communauté européenne à voir ses affinités commerciales se consolider d'une façon assez remarquable depuis les années 1997, même si on note un net recul entre 2006 et 2008 qui peut s'expliquer par la montée de la Chine et de la Corée du Sud. La Turquie est le 9^{ème} fournisseur et 7^{ème} client de l'Algérie en 2010. L'intensité des exportations est moins forte que celle des importations, mais la balance commerciale est excédentaire de plus 1,2 Md\$ en faveur de l'Algérie en 2010. L'intensification des échanges s'est doublée d'investissements dans des domaines variés comme le transport (ferroviaire) et BTP. Ici encore les liens historiques et culturels (religion) y sont pour quelque chose.

Tab6. Evolution des affinités commerciales de l'Algérie avec les pays du continent américain

Années	USA			Canada			Mexique			Brésil		
	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX
2002	0,23	0,94	0,74	1,14	0,75	1,44	0,28	0,35	0,14	3,93	0,99	6,64
2004	0,39	0,70	1,43	1,37	0,47	1,97	2,06	0,27	0,09	5,14	2,31	8,17
2006	1,78	0,80	1,72	1,68	0,41	2,27	0,11	0,29	0,04	3,56	2,20	4,59
2008	1,68	0,71	1,78	2,03	0,89	2,70	0,36	0,89	0,12	2,50	1,56	3,10
2010	1,54	0,63	1,88	1,33	0,32	2,03	0,13	0,29	0,02	2,74	1,72	3,27

Dans le tableau 6 on a regroupé les pays du nouveau continent. Le Brésil est le pays qui partage le plus d'affinités commerciales avec l'Algérie même s'il n'est que le troisième partenaire derrière les USA et le Canada. Les exportations algériennes avec ce pays sont plus intenses que les importations, cela se traduit par une balance commerciale excédentaire en défaveur du Brésil. L'intensité des exportations ont eu une tendance à la baisse depuis 2006,

c'est le cas aussi des importations. En 2010, le Brésil est le 8^{ème} client et 11^{ème} fournisseur de l'Algérie pour respectivement des exportations de près de 2,4 Md\$ et des importations de 900 M\$. Les USA ont vu leurs relations commerciales avec l'Algérie diminuer considérablement entre 2002 et 2004 après une période de relative stabilité dans les années 1980/1990. A partir de 2006, on note une remontée des affinités et leur stabilité autour d'un coefficient moyen de 1,65. Les USA ont perdu des parts de marchés puisque entre 2002 et 2010, ils sont passés de la position de 2^{ème} à 6^{ème} fournisseurs de l'Algérie. Par contre, en termes d'exportations et sur la même période, les USA sont devenus le premier client de l'Algérie en 2010 contre une deuxième position en 2002. Cela veut dire que malgré l'éloignement géographique, les relations commerciales de l'Algérie avec les USA peuvent être considérées comme privilégiées. La balance commerciale affiche de loin le plus important excédent pour l'Algérie, qui s'élève à plus de 11,5 Md\$ en 2010.

Les affinités commerciales de l'Algérie avec le Canada affichent une tendance à la hausse depuis les années 1990. Elles s'expliquent d'avantage par le renforcement des intensités d'exportations en forte hausse que par les intensités d'importation en baisse. Le Canada est devenu le 6^{ème} client de l'Algérie en 2010 avec des exportations s'élevant à près de 3 Md\$. Par contre, les importations algériennes du Canada ont baissé sur la période 2002/2010 pour atteindre le montant de 330 M\$.. Le Canada est passé de la position de 6^{ème} à 22^{ème} fournisseur entre 2002 et 2010. Les relations sont très inférieures à ce qu'elles devraient l'être. En conséquence, le balance commerciale est encore excédentaire en faveur de l'Algérie.

Le Mexique ne partage pas d'affinités commerciales avec l'Algérie, ce qui veut dire que les relations sont inférieures à ce qu'elles devraient l'être compte tenu du poids commercial des deux pays dans le monde. Notons que les importations algériennes en provenance du Mexique sont plus importantes que les exportations. En 2010, l'Algérie a importé pour près de 231 M\$ contre des exportations d'à peine 21 M\$. La balance commerciale est à l'avantage du Mexique. Globalement, l'intégration commerciale de l'Algérie est beaucoup plus faible avec les pays du continent américain comparativement avec les pays euroméditerranéens. Par contre, c'est avec cette zone que l'Algérie dégage le plus d'excédents commerciaux. Cela confirme la tendance déjà assez bien identifiée à la régionalisation du commerce mondial. L'Algérie n'échappe pas à cette logique. Les phénomènes de proximité jouent encore à plein dans la géographie du commerce algérien.

Tab7. Evolution des affinités commerciales de l'Algérie avec pays asiatiques

Années	Chine			Japon			Corée du Sud			Inde			Indonésie		
	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX
2002	0,29	0,59	0,09	0,22	0,50	0,04	0,43	0,72	0,24	0,60	0,93	0,40	1,13	0,93	1,54
2004	0,37	0,81	0,13	0,51	0,61	0,08	0,32	0,74	0,06	0,60	1,49	0,18	0,90	0,83	1,06
2006	0,32	1,02	0,00	0,20	0,64	0,02	0,55	0,79	0,45	1,16	2,02	0,81	0,71	0,89	0,73
2008	0,49	1,19	0,09	0,40	0,76	0,23	0,79	0,95	0,70	1,06	1,72	0,75	0,40	1,18	0,00
2010	0,61	1,10	0,22	0,90	0,77	0,05	1,10	1,60	0,73	1,50	1,33	1,56	0,33	0,53	0,17

Le tableau 7 qui reprend les principaux partenaires commerciaux asiatiques de l'Algérie montre que les affinités sont relativement faibles avec ces pays. Nous notons que les intensités des échanges ont néanmoins tendance à croître avec la Chine et le Japon, même si elles restent en deçà de l'unité. La Chine est un pays qui monte considérablement dans le commerce extérieur algérien. Même si les affinités des échanges totaux sont faibles, elles ont tendance à croître. Par ailleurs, l'Algérie a des affinités d'importations avec la Chine et celles-ci

augmentent progressivement depuis les années 2000. Ainsi, en 2002 la Chine était seulement le 8^{ème} fournisseur de l'Algérie, en 2010 elle est désormais le deuxième pourvoyeur après la France. Le volume des importations a cru d'une façon exponentielle puisque il est passé de 340 M\$ en 2002 à 4,6 Md\$ en 2010. Les exportations algériennes vers la Chine ont également augmenté mais d'une manière beaucoup moins intense (+ 50 %). En valeur, les exportations sont passées de 770 M\$ en 2002 à 1,18 Md\$ en 2010. Le Japon entretient des relations commerciales assez faibles avec l'Algérie. Tout comme pour la Chine, le Japon s'avère être un fournisseur plus qu'un client. Ses exportations vers l'Algérie ont quadruplé entre 2002 et 2010 passant de 372 M\$ à 1,58 Md\$. Son positionnement à toutefois reculé du 7^{ème} au 8^{ème} fournisseur en 2010. Les importations du Japon à partir de l'Algérie ont triplé mais leur valeur demeure assez faible, à peine 126 M\$ en 2010. La Corée du Sud à l'instar de la Chine et du Japon voit ses affinités commerciales avec l'Algérie se renforcer depuis ces dernières années. Même si le potentiel commercial entre les deux pays ne semble pas encore complètement exploité. Néanmoins, pour ce qui est des exportations Coréennes, l'intensité semble croître fortement pour atteindre un coefficient de 1,6 en 2010. La Corée du Sud est devenue en effet le 7^{ème} fournisseur de l'Algérie en 2010 avec des exportations qui se sont multipliées par 10 entre 2002 et 2010 pour atteindre un montant de près de 2 Md\$. Les exportations algériennes vers la Corée du Sud ont de leur côté également été multipliées par 11 entre 2002 (100 M\$) et 2010 (1.15 Md\$). Leur intensité demeure toutefois faible comparativement au potentiel existant. La Balance commerciale est en défaveur de l'Algérie avec les trois pays.

L'intégration commerciale de l'Algérie dans cette zone semble plus se faire comme étant un client potentiel que comme un fournisseur. La faiblesse des liens commerciaux rapportés au poids de chacun de ces pays dans le commerce mondial montre l'importance du facteur de distance qui constitue un handicap lorsque les pays sont très éloignés. Les affinités sont d'autant plus faibles que la distance est grande. Cela ne se vérifie pas toujours puisque les affinités commerciales de l'Algérie avec l'Inde semblent être élevées. L'intensité des importations s'est accélérée depuis les années 2000. L'évolution des exportations a été plus lente mais le rattrapage s'est vite fait puisqu'en 2010, elles dépassent celles d'importations. L'Inde est devenue le 10^{ème} client de l'Algérie en 2010 avec des exportations de plus de 1,5 Md\$. L'Inde est également le 11^{ème} fournisseur de l'Algérie sur la même période pour un montant de 776 M\$. Avec l'Indonésie, l'Algérie ne semble pas partager d'affinités commerciales. Elles sont néanmoins plus fortes en matière d'importation que d'exportation. La balance commerciale est en faveur de l'Indonésie qui n'est pas un partenaire très important en termes de volume des échanges.

Tab8. Evolution des affinités commerciales de l'Algérie avec les pays de l'Afrique du Nord

Années	Tunisie			Maroc			Egypte		
	Tx	IM	Ex	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX
2002	4,89	8,36	3,05	3,54	1,25	4,22	5,14	7,05	4,05
2004	4,55	5,96	3,69	3,49	1,96	3,59	11,16	11,34	10,01
2006	3,36	8,50	1,57	3,94	2,31	3,69	6,11	8,35	4,86
2008	7,21	6,38	7,09	3,51	1,79	3,42	2,80	3,15	2,34
2010	7,51	8,97	6,45	4,99	2,87	5,38	3,05	4,95	2,15

Le tableau 8 donne un résultat quelque peu surprenant. La Tunisie qui ne commerce a priori que très peu avec l'Algérie entretient des relations commerciales intenses d'après le résultat de l'indice. Ceci s'explique comme on l'a dit par le poids modeste de la Tunisie dans le commerce mondial d'une part, et par la proximité géographique et culturelle de l'Algérie avec ce pays. Signalons aussi que des accords préférentiels (Union du Maghreb) existent entre l'Algérie et la Tunisie. Les affinités commerciales se sont cependant affaiblies à la fin des

années 1990 jusqu'en 2006 pour remonter par la suite à partir de 2008. Les intensités d'importations sont plus fortes que celles d'exportations. En valeur par contre, les importations qui s'élevaient à 392 M\$ en 2010 sont inférieures aux exportations qui étaient de 536 M\$ sur la même période. Le Maroc entretient également des relations privilégiées avec l'Algérie. Au contraire de la Tunisie, l'intensité des importations à partir du Maroc vers l'Algérie est plus faible que celle des exportations. En valeur absolue, les exportations algériennes (735 M\$) sont cinq fois plus intenses que les importations (135 M\$) en 2010. L'Egypte se situe dans la même configuration que la Tunisie avec des relations privilégiées d'importations plus importantes que celles d'exportations. En valeur par contre, les exportations algériennes (427 M\$) sont plus élevées que les importations (346 M\$) à partir de l'Egypte en 2010.

C'est finalement au sein de sa propre zone que l'Algérie affiche les relations commerciales privilégiées les plus fortes, même si en volume et en valeur, les échanges restent assez faibles. La similitude des structures commerciales expliquent en grande partie la faiblesse des échanges. La proximité et les liens culturels sont par contre à l'origine des affinités commerciales assez fortes avec les pays de l'Afrique du Nord. Contrairement à l'idée répondue sur la faiblesse des liens commerciaux entre ces pays, l'indicateur des intensités relatives bilatérales par l'élimination de l'effet de taille nous montre au contraire l'intensité des affinités commerciales.

Tab9. Evolution des affinités commerciales de l'Algérie avec les pays du Moyen-Orient

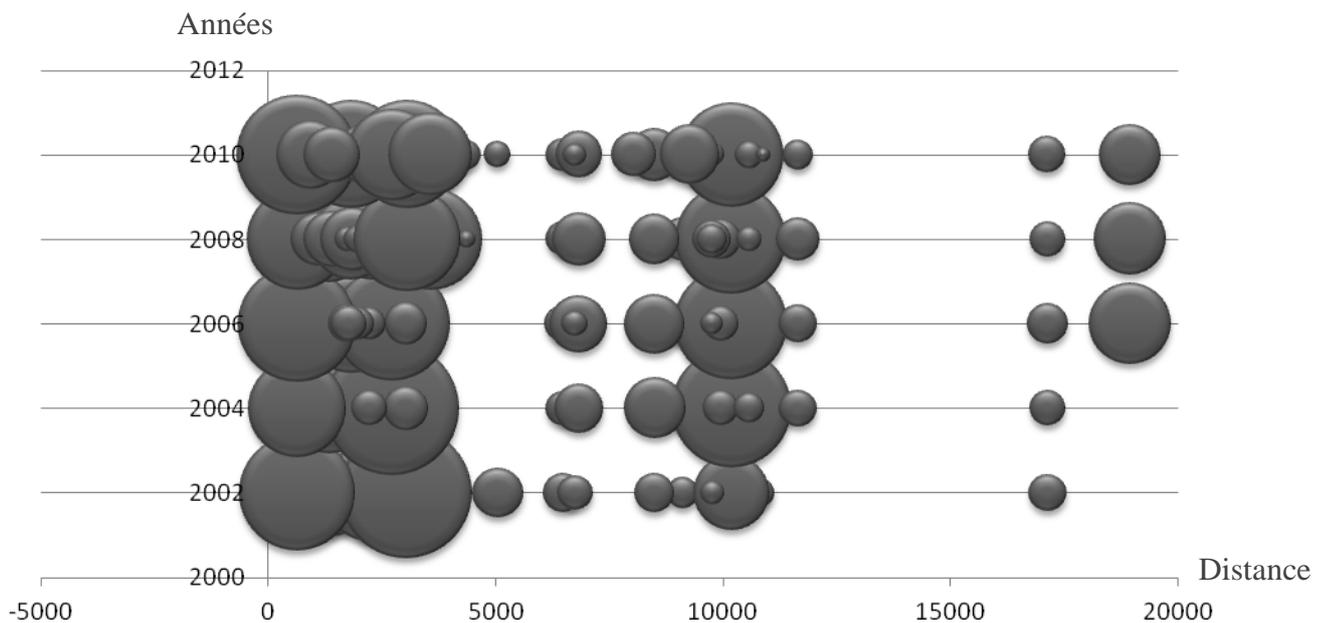
Années	Syrie			Emirats arabes unis			Jordanie		
	Tx	IM	Ex	Tx	IM	EX	Tx	IM	EX
2002	5,20	10,84	0,57	0,67	1,56	0,01	3,40	9,35	1,07
2004	2,28	5,14	0,94	0,20	0,50	0,00	2,43	10,03	0,13
2006	0,69	1,46	0,40	0,17	0,15	0,21	1,53	8,39	0,07
2008	0,50	0,88	0,32	0,23	/	0,10	4,86	6,99	/
2010	/	/	/	0,24	0,42	0,11	2,28	7,37	0,43

Le dernier tableau regroupe les pays du Moyen Orient avec qui l'Algérie échange peu en valeur. Ainsi, en 2010, les exportations algériennes vers la Syrie, les Emirats arabes unis et la Jordanie ont atteint respectivement 74 M\$, 72 M\$ et 25 M\$, soit 0,03 % des exportations totales de l'Algérie. Les importations algériennes de ces trois pays sont respectivement de l'ordre de 69 M\$, 220 M\$ et 138 M\$ sur la même année, soit à peine 0,01 % des importations totale de l'Algérie. La balance commerciale est en défaveur de l'Algérie avec les Emirats arabes unis et la Jordanie. Par contre, elle est légèrement excédentaire avec la Syrie. Malgré le faible volume échangé, l'Algérie semble partager des affinités d'importations assez élevées avec la Jordanie et la Syrie ce qui s'explique surtout par le faible poids de ces deux pays dans le commerce mondial. Par contre, il n'y pas d'affinités commerciales avec les Emirats arabes unis. L'évolution de ces affinités montre une légère tendance à la hausse avec les Emirats et la Jordanie et à la baisse pour ce qui est de la Syrie.

Les deux figures suivantes mettent en corrélation les affinités d'importations et d'exportations algériennes avec la distance géographique. Le but est de voir dans quelle proportion cette distance affecte les relations commerciales privilégiées de l'Algérie avec ses partenaires et surtout pour rendre compte de l'évolution de cet impact ces dix dernières années. Dans les figures suivantes la taille des bulles représente le coefficient des intensités relatives bilatérales.

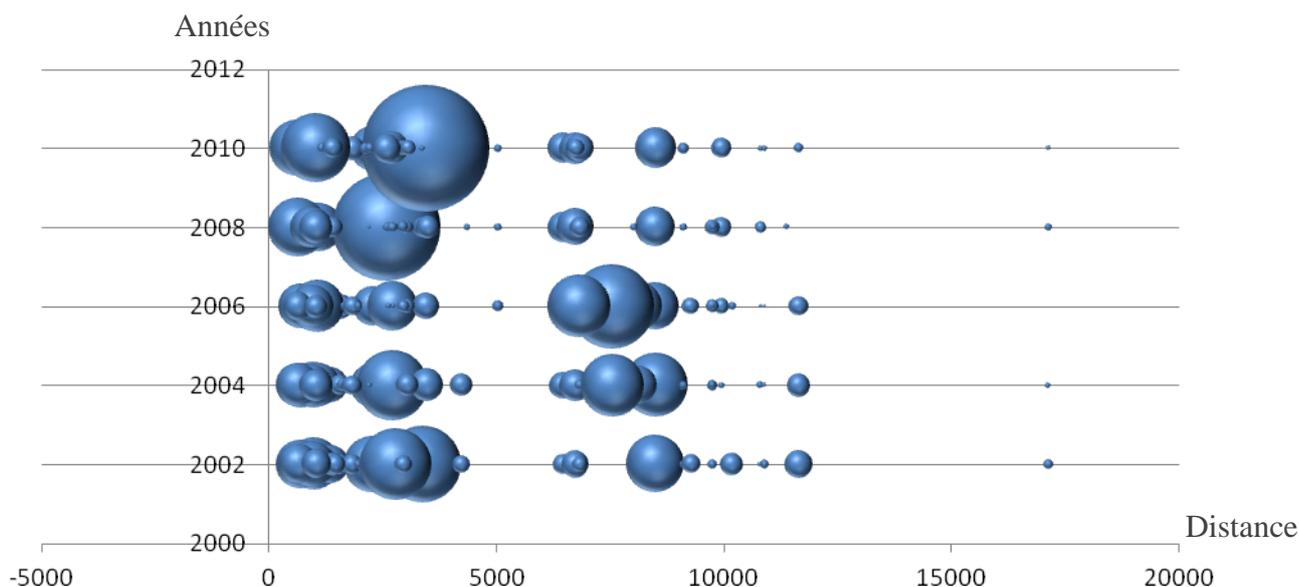
La première figure montre que l'intensité des importations algériennes est affectée d'une manière directe par la distance géographique. Plus celle-ci croit, moins les importations sont élevées. Les affinités diminuent ainsi en fonction de la distance. Remarquons qu'il y a trois catégories de pays : les premiers qui sont les plus nombreux se situent à une distance inférieure à 5000 km, les second sont déjà moins nombreux et se situent à une distance de moins 10 000 km en moyenne, enfin, les pays les plus éloignés sont faibles. L'évolution diachronique des affinités commerciales d'importations de l'Algérie semble moins affectée par la distance. Ce qui revient à dire que l'Algérie recourt de plus en plus à de marchés lointains pour ces importations, avec l'apparition de nouveaux partenaires importants comme la Chine, l'Inde, la Corée du Sud, le Canada...

Fig1. Impact de la distance géographique sur les affinités commerciales d'importation de l'Algérie



La seconde figure montre que les affinités d'exportations de l'Algérie sont également impactées par la distance. Cependant, les exportations semblent d'avantage se renforcer avec les marchés de proximité contrairement aux importations. L'horizon des exportations algériennes semble plus limité que celui des importations, témoignant de la faible capacité de l'Algérie à pénétrer de nouveaux marchés et à diversifier ses partenaires commerciaux et ses produits.

Fig2. Impact de la distance géographique sur les affinités commerciales d'exportation de l'Algérie



4. Affinités commerciales de l'Algérie par type de produits

4.1. Exportation des hydrocarbures

L'Algérie exporte principalement des hydrocarbures. Ainsi en 2010, ces exportations d'hydrocarbures s'élevaient à 98,3 % des exportations totales. C'est un produit stratégique et sur lequel se fonde la croissance et le développement du pays. Les principaux clients de l'Algérie en valeur sont ainsi repris dans l'ordre dans le tableau suivant. Leur importance en valeur ne se traduit pas nécessairement par des affinités commerciales élevées. Celles-ci sont d'ailleurs les plus intenses avec les pays comme la Tunisie, Malte et l'Islande qui importent des volumes peu importants en hydrocarbures en provenance de l'Algérie. Les pays européens, la Turquie, les USA, le Canada et le Brésil sont les principaux clients avec qui le commerce de ce produit est intense. Les pays asiatiques ne partagent d'affinités commerciales sur ce produit avec l'Algérie. Les pays d'Afrique du Nord à l'instar de la Tunisie et de l'Egypte mais aussi le Maroc ont un commerce intense avec l'Algérie. La géographie des affinités d'exportations algériennes des hydrocarbures correspond finalement à celle déjà repérées pour l'ensemble du commerce extérieur de l'Algérie. Ce ne surprend guère puisque les hydrocarbures constituent la quasi-majorité des exportations.

L'évolution des intensités d'exportations des hydrocarbures entre 2007 et 2010 montre une réelle stabilité avec les principaux clients. Il n'y pas eu de bouleversement majeur dans l'orientation de ce produit. Notons néanmoins un petit renforcement des affinités avec les USA, l'Italie, la Turquie, le Brésil, la Belgique, l'Islande et Malte.

Tab10. Evolution des affinités d'exportations des hydrocarbures de l'Algérie

Partenaires	2007	2008	2009	2010
USA	0,96	0,93	1,08	1,10
Italie	2,54	3,81	2,26	2,73
Espagne	1,76	2,71	3,25	2,86
Pays-Bas	1,54	1,94	1,88	1,67
France	0,95	1,28	1,75	1,28
Canada	2,59	2,66	2,36	2,20
Turquie	1,63	2,10	2,84	2,89
Brésil	/	1,89	2,24	2,32
Belgique	0,48	0,69	0,80	1,02
Inde	/	/	0,17	0,54
Royaume-Uni	0,52	0,68	0,67	0,59
Chine	0,20	0,07	0,20	0,18
Corée du Sud	0,16	0,26	0,47	0,27
Portugal	1,66	3,31	3,05	0,00
Islande	2,69	/	6,52	27,24
Tunisie	/	4,69	5,50	4,93
Egypte	/	2,54	3,04	1,69
Allemagne	0,04	0,05	0,09	0,09
Grèce	0,31	0,42	0,60	0,51
Malte	1,72	1,69	10,15	11,81
Japon	0,03	0,08	0,04	0,02
Suède	0,03	0,20	0,22	0,17
Suisse	0,01	0,12	0,28	0,24

4.2. Importations des céréales

L'Algérie est parmi les pays les plus grands importateurs de céréales au monde (8^{ème} sur une moyenne des trois dernières années). Ainsi, en 2008, les importations algériennes de céréales ont atteint un sommet jamais égalé avec près de 4 Md\$. Son modèle de consommation basé essentiellement sur les céréales explique en grande les besoins importants du pays en cette matière. Par ailleurs, le climat sec du pays ainsi qu'une faible maîtrise des techniques de production sont les raisons principales du recours à l'importation. Même si la dépendance alimentaire de l'Algérie est au centre des débats sur la politique agricole du pays, elle semble se renforcer au cours du temps, consécutivement à l'accroissement de la population et des besoins. Dans le tableau 10, nous avons mis en ordre les principaux fournisseurs de l'Algérie en 2010. La France est de loin le premier fournisseur avec près de 50 % du total des importations algériennes de céréales. Elle est suivie par l'Argentine avec près de 20 %, le Canada (7 %), les USA (4 %) et le Brésil (3,8 %). Ainsi, la géographie des importations algériennes de céréales est orientée pour moitié vers l'Europe et pour l'autre moitié vers le continent américain. Ce commerce ne semble pas obéir à une logique de proximité mais plutôt d'offre.

Les affinités d'importations avec la France se sont fortement renforcées entre 2002 et 2010, elles restent et de loin les plus importantes parmi l'ensemble des partenaires de l'Algérie. Le même constat peut être fait pour l'Argentine qui renforce ses exportations de céréales vers l'Algérie. L'intensité des importations se sont par contre affaiblies avec le Canada et les USA. Le Brésil, le Paraguay, le Vietnam, le Mexique et la Grèce partagent des affinités

d'importations avec l'Algérie, l'intensité de ces échanges ont enregistré une hausse ces dernières années. Les autres pays méditerranéens à l'instar de l'Italie et de l'Espagne n'ont aucune affinité sur ce produit avec l'Algérie. C'est le cas également des pays d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient avec qui l'intensité des importations algériennes de céréales est relativement faible. Les facteurs culturels n'ont aucun impact lorsque l'offre disponible dans les pays similaires n'est pas forte.

Tab11. Evolution des affinités d'importation de Céréales de l'Algérie

	2002	2004	2006	2008	2010
France	1,02	2,71	3,87	3,79	5,48
Argentine	0,51	2,34	1,60	2,22	3,86
Canada	2,75	1,39	1,66	2,29	1,07
USA	0,68	0,73	0,72	0,26	0,16
Brésil	0,64	2,49	0,00	0,63	1,16
Paraguay	1,21	12,47	0,00	0,66	2,15
Ukraine	1,34	0,54	1,02	0,41	0,40
Vietnam	0,09	2,53	0,37	0,11	1,83
Allemagne	2,54	1,23	0,58	1,35	0,21
Mexique	10,57	36,40	12,22	23,45	2,21
Australie	0,05	0,00	0,00	0,00	0,09
Grèce	1,77	1,17	1,29	0,00	1,63
Hongrie	11,57	0,03	0,42	0,00	0,09
Espagne	3,37	4,94	3,90	1,98	0,24
Suède	3,72	0,00	0,00	2,61	0,28
Turquie	1,75	0,10	0,99	0,00	0,16
Italie	1,50	2,59	0,11	0,06	0,05
Russie	3,71	1,53	0,55	0,11	0,01
Syrie	24,11	5,51	0,00	0,00	0,00
Rep. Chèque	1,72	0,00	3,73	0,00	0,00
Polgne	0,00	12,86	8,46	1,66	0,00
Bulgarie	3,38	0,00	1,70	0,19	0,00

4.3. Importation des produits manufacturés

L'Algérie est un pays rentier qui tire l'essentiel de ses revenus des exportations de pétrole et de Gaz. La production manufacturière du pays n'a cessé de décroître depuis les années 1980 et l'échec du modèle industriel. Le processus de privatisation enclenché depuis les années 1990 n'a eu aucun résultat significatif. Il existe très peu d'exemples de réussite industrielle sur la base d'une reprise des anciennes grandes entreprises publiques. L'échec de la politique industrielle menée depuis quelques années est patent. Le processus d'ouverture sur le marché mondial et les campagnes menées pour attirer les IDE dans ce domaine n'ont pas permis un renouveau du secteur industriel du pays. Au contraire, la libéralisation des échanges a entraîné une dépendance croissante vis-à-vis des importations de produits manufacturés. De ce point de vue, la facture des importations s'élève à près de 10 Md\$ en 2010, soit le poste le plus important devant les importations de produits alimentaires. En outre, les exportations algériennes de produits manufacturés sont quasi-inexistantes.

Depuis 2009, la Chine est le premier fournisseur de l'Algérie en produits manufacturés. Sa progression est constante et sa part atteint le quart des importations totales algériennes de

produits manufacturés en 2010. Elle est suivie de près par l'Italie (13 %), l'Espagne (12,6 %) la France (9 %), la Turquie (6 %), l'Allemagne (4 %), le Japon et la Corée du Sud avec une proportion similaire de 3 %, la Grèce, l'Inde, l'Egypte et la Tunisie arrivent derrière avec 2 % chacun. La géographie des importations montre une prédominance des pays européens (surtout méditerranéens) et asiatiques. En effet, la part de l'Asie ne cesse de croître avec l'importance de la Chine, du Japon et de la Corée du Sud. C'est le seul secteur où la Chine affiche des affinités commerciales avec l'Algérie. Ces affinités sont mêmes en forte progression puisqu'elles ont doublé en à peine trois ans. Les intensités relatives d'importations sont également en forte progression avec l'Espagne, l'Italie, le Japon, la Corée du Sud, la Grèce et le Portugal. Elles sont fortes avec les pays d'Afrique du Nord, Tunisie et Egypte et relativement stables. Les relations d'importations sont élevées mais stables avec la France et la Turquie. Elles sont en décroissance avec l'Argentine, la Bulgarie et la Russie. Remarquons que les pays d'Amérique, les USA, le Canada ou le Brésil ne partages pas d'affinités commerciales sur les produits industriels avec l'Algérie. Il est ainsi clair que l'intensité des relations commerciales bilatérales varie fortement en fonction de la nature des produits échangés.

Tab12. Evolution des affinités d'importations des produits manufacturés de l'Algérie

	2007	2008	2010
Chine	1,01	1,2	2,1
Italie	2,44	3,72	3,22
Espagne	3,36	5,28	6,19
France	1,88	2,01	2,07
Turquie	3,8	3,4	3,66
Allemagne	0,39	0,46	0,53
Japon	0,52	0,5	1,12
Corée du Sud	0,08	0,16	0,97
Grèce	5,92	6,6	7,44
Egypte	/	2,81	6,28
Tunisie	/	12,04	6,37
Portugal	0,66	1,96	2,68
USA	0,78	0,25	0,15
Royaume-Uni	0,55	0,44	0,32
Belgique	0,3	0,28	0,36
Argentine	5,42	3,99	2,36
Bulgarie	3,93	3,75	1,8
Russie	0,51	0,41	0,07

Conclusion

Dans cet article nous avons abordé le rôle des phénomènes de proximité dans les relations commerciales bilatérales algériennes. Pendant longtemps, les théories de l'échange mirent de coté ces facteurs pour ne se concentrer que sur les concepts d'avantage comparatif ou d'économie d'échelle. De nos jours, les économistes reconnaissent de plus en plus l'importance des déterminants territoriaux, même si des difficultés de modélisation subsistent encore, ce qui ralentie ce processus de prise en compte du territoire en théorie du commerce international. La proximité géographique est très liée à la nature des relations commerciales entre pays. Les affinités commerciales définies comme la résultante de la proximité géographique, elle-même fortement corrélée à la proximité culturelle et institutionnelle,

participent à l'intensification des courants commerciaux. Le cas de l'Algérie nous a permis, via l'utilisation de l'indice des intensités relatives bilatérales, de mesurer l'influence des affinités qu'elle entretient avec ses partenaires. Il en ressort, une forte implication des facteurs de territoriaux dans l'orientation du commerce algérien. Les relations de proximité continuent à dominer alors même qu'en termes absolu, de nouveaux partenaires éloignés apparaissent comme fournisseurs importants de l'Algérie.

Bibliographie

Abbas M., 2008. Le processus d'accession à l'OMC Une analyse d'économie politique appliquée à l'Algérie, in Communication à la Journée d'études internationale « *Regards croisés sur l'accession de l'Algérie à l'OMC* », Constantine, 22 novembre 2008.

Anderson J., Van Wincoop A., 2004. Trade Costs, *Journal of Economic Literature*, 42(3), 691-751.

Anderson J., Van Wincoop A., 2003. Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle, *American Economic Review*, 93(1), 170-192.

Amjadi A., Yeats a-j., 1995. Have transport costs contributed to the relative decline of Sub-Saharan African Export, World Bank, N° 1559.

Benfreha N., 1999. Les multinationales et la mondialisation : enjeux et perspectives pour l'Algérie, Ed. Dahlab.

Benissad H., 1991. La réforme économique en Algérie (ou l'indicible ajustement structurel), 2ème édition mise à jours, office des publications universitaire (OPU), Alger.

Benissad H. 1994. Algérie : restructurations et réformes économiques (1979-1993), office des publications universitaire (OPU), Alger.

Boussetta M., 2004. Espace euro-méditerranéen et coûts de la non intégration sud-sud : le cas des pays du Maghreb, CES Rabat, Morocco, Research n°FEM21-43.

Coulibaly S., 2006. Regional integration and the persistent uneven spread of economic activities in developing areas, *Economie internationale* 2/2006 (no 106), p. 5-23.

Disdier A-C., Mayer T., 2004. Je t'aime, moi non plus: Bilateral opinions and international trade *European Journal of Political Economy* 23 (2007) 1140–1159.

Eichengreen B., Irwin A-D., 1995. Trade blocs, currency blocs and the reorientation of world trade in the 1930s, *Journal of International Economics* 38 (1995) 1–24.

Fustier B., 2001. Les échanges commerciaux euro-méditerranéens : essai d'analyse structurale, *Revue des Sciences Economiques et de Gestion*, Université Ferhat Abbas, Sétif-Algérie, N° 03/2004.

Freudenberg M., Gaulier G., Ünal-Kesenci D., 1998. La régionalisation du commerce international : une évaluation par les intensités relatives bilatérales, CEPII, Document de travail n° 98-05.

Huang R., 2005. Distance and trade: Disentangling unfamiliarity effects and transport cost effects, *European Economic Review*, volume 51, Issue 1, pages 161-181.

Hutchinson W-K., "Linguistic Distance" as a Determinant of Bilateral Trade, *Southern Economic Journal*, Vol. 72, No. 1 (Jul., 2005), pp. 1-15.

Lafourcade M., Paluzie E., 2010. European Integration, FDI and the Geography of French Trade, *Regional Studies*, CRES-2008-0273.R1.

Lafay G., 2004. *Initiation à l'Economie Internationale*, Ed. Economica.

Limao N., Venables A., 1999. Infrastructure, Geographical Disadvantage, Transport Costs, and Trade, *World Bank Economic Review* Volume 15, Issue 3 Pp. 451-479.

Linders G-J., Slangen A., Groot H., 2005. Beugelsdijk S., Cultural and Institutional Determinants of Bilateral Trade Flows, TI 2005-074/3 Tinbergen Institute Discussion Paper.

Mezouaghi M., La conversion inachevée des économies d'Afrique du Nord et du Moyen-Orient au modèle exportateur : quels enseignements dans un contexte de crise ?, *Mondes en développement*, 2010/2 n° 150, p. 135-152. DOI : 10.3917/med.150.0135.

Micco A., Serebrisky T., 2004. Infrastructure, competition regimes, and air transport costs: cross-country Evidence, *World Bank Institute, Finance and Private Sector Development Division*.

Noland M., 2005. *Affinity and International Trade*, Institute for International Economics, Massachusetts, NBR.

Noland M., 2005. Popular Attitudes, Globalization and Risk International Finance, *International Finance* Volume 8, Issue 2, pages 199–229, Summer 2005.

Rallet A., Torre A., 2003. *Quelles proximités pour innover ?* Ed. L'Harmattan.