

LE COMMERCE

PUBLICATION DU MINISTÈRE DU COMMERCE **EN REVUE** NUMERO 1 • AVRIL - OCTOBRE 2015

REGISTRE DU COMMERCE P.60

**DÉMATÉRIALISER, C'EST
DÉBUREAUCRATISER**

SORTIR DE L'INFORMEL P.74

**UN IMPÉRATIF
ET UNE URGENCE**

ENQUÊTE ÉCONOMIQUE P.122

**LE MARCHÉ DU
CIMENT À LA LOUPE**

CONFÉRENCE NATIONALE SUR LE COMMERCE EXTÉRIEUR



DIVERSIFIER L'ÉCONOMIE, PROMOUVOIR LES EXPORTATIONS

UNE VOLONTÉ POLITIQUE AFFIRMÉE



PRÉSENTATION

Pour une publication de référence

MED AREZKI BOUMENDIL



L'idée de la présente revue a germé au cours d'une discussion avec le ministre autour du thème de la communication. La nature transversale du ministère du Commerce, l'impact direct et souvent immédiat de son activité quotidienne ou de ses actions ponctuelles sur l'économie et la société, le nombre élevé et la diversité des acteurs nationaux et des partenaires étrangers ayant été avérés, il apparaissait évident que le secteur se devait de développer une communication de qualité, soutenue et multidirectionnelle.

L'idée s'est progressivement transformée en projet : celui d'une publication semestrielle destinée, entre autres, aux institutions nationales, aux grands groupes économiques et commerciaux, aux partenaires sociaux, aux représentations diplomatiques algériennes à l'étranger et aux chancelleries étrangères en Algérie.

Il va de soi que cette publication n'est qu'un segment d'un dispositif plus général que le ministère du Commerce met peu à peu en place en matière de communication et d'information.

Néanmoins, *Le Commerce en Revue* a l'ambition d'être une vitrine du secteur et de constituer une référence en matière de commerce, en Algérie, pour celles et ceux auxquels la publication est destinée. Sans être exhaustive, la revue a été conçue pour être aussi complète que possible en matière de contenu, tandis que la sobriété de sa présentation, que nous ne voulons pas synonyme d'austérité, relève d'un choix délibéré.

S'agissant d'un premier numéro, la présentation du secteur dans son organisation, ses missions et ses priorités a été privilégiée. Quelques actions et réalisations phare, à l'instar de la Conférence nationale sur le commerce extérieur, de la Journée d'étude sur l'économie et le marché informels ou de la convention entre le Centre National du Registre de Commerce et la Chambre Nationale des Notaires y sont rapportés et largement commentés.

Le format électronique de la revue a été expurgé des espaces publicitaires et des publiereportages. Pour la version papier, nous avons volontairement limité ces espaces et nous privilégions leur affectation aux établissements et aux entreprises qui honorent le produit algérien et s'inscrivent dans la logique du développement de l'économie nationale.

Pour la réalisation de ce numéro, de nombreux cadres supérieurs du ministère et des organismes sous tutelle ont été mis à contribution et le ministre lui-même s'est rendu disponible pour en signer l'éditorial. Pour sa part, la coopération de la société SUPCOM EL-DJAZAIR a été précieuse. Que toutes et tous en soient remerciés.

Nous avons conscience que la revue, telle que vous l'avez sous les yeux, est perfectible. Notre premier défi est de la rendre meilleure à chaque nouvelle parution. Le second est d'en assurer la longévité. Rendez-vous, donc, dès le mois d'octobre prochain pour la deuxième édition. ■



ÉDITORIAL

À chacun ses devoirs

AMARA BENYOUNES



J'aimerais dire les choses simplement. Avec ou sans la chute des prix du pétrole, la mise à niveau et le redressement de l'économie nationale s'imposent.

Malgré les efforts consentis par l'Etat, les exportations hors hydrocarbures restent maigres, la facture des importations lourde, le rythme des investissements productifs insuffisant et le marché de l'emploi en difficulté.

L'équation est simple dans sa formulation : investir massivement dans le secteur productif en mettant l'accent sur la qualité de la production, produire suffisamment et consommer algérien ; elle reste complexe dans sa résolution car elle demande la participation de tous et parce que les uns et les autres semblent n'avoir conscience que de ce qu'ils considèrent comme leurs droits, occultant en partie, et parfois même complètement, leurs responsabilités et leurs devoirs.

Les trois composantes de l'équation sont identifiées. Il n'y a donc pas d'inconnue. Il s'agit du citoyen, c'est-à-dire du consommateur, des opérateurs économiques et commerciaux et, enfin, du gouvernement et de l'administration.

Le citoyen doit avoir conscience qu'en privilégiant le label algérien pour sa consommation, il ouvre des perspectives de développement à la production nationale et à l'investissement et permet de sauver et/ou de créer des emplois. Mais le consommateur a ses exigences, tout à fait légitimes, en matière de disponibilité des produits locaux, de leur diversité et du rapport qualité/prix.

Aussi, pour l'amener à participer à l'effort national de développement de notre économie, ni l'injonction ni les appels au patriotisme économique ne seront opérants.

L'opérateur économique est donc appelé à déployer les efforts nécessaires pour produire suffisamment, diversifier sa production, hisser la qualité de ses produits au niveau des standards internationaux et être compétitif en matière de prix. De même, les acteurs de la distribution, à tous les paliers, devraient favoriser la promotion du produit local, ne serait-ce que par l'adoption d'une politique de merchandising adaptée. Mais, eux aussi ont leurs revendications légitimes et il convient de les écouter et de répondre à leurs doléances.

Il est alors du devoir de l'Etat d'entreprendre les réformes nécessaires et de mettre en œuvre des dispositifs à même de protéger la production nationale, d'améliorer l'environnement, de simplifier les procédures et de faciliter les actes d'investir, de produire et de commercer.

Pour notre part, au ministère du Commerce, nous en faisons une priorité absolue.

La loi modifiant et complétant l'ordonnance 03-04 du 19 juillet 2003, relative aux importations et exportations de marchandises, s'inscrit dans cette logique. Il en est de même d'autres lois et textes réglementaires promulgués ou en voie de l'être, dont il sera question dans cette revue.

Le dernier décret exécutif qui réduit à sa plus simple expression la procédure d'enregistrement au registre du commerce, l'avènement du registre du commerce électronique et la convention signée entre le CNRC et la Chambre nationale des notaires sont, eux aussi, les premiers fruits de cette nouvelle politique à laquelle nous nous attelons.

En somme, Etat, opérateurs et consommateurs, à chacun ses devoirs. ■



PUBLICATION DU MINISTÈRE DU COMMERCE

LE COMMERCE EN REVUE
Siège du ministère du Commerce,
cité Zerhoun Mokhtar,
Mohammedia, 16000 ALGER
revue.commerce@gmail.com

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION,
RÉDACTEUR EN CHEF
Med Arezki Boumendil

DIRECTEUR CHARGÉ DE LA GESTION,
DE LA RÉGIE PUBLICITAIRE
ET DES RELATIONS PUBLIQUES
Yacine Sidi Saïd

DIRECTRICE ARTISTIQUE,
INFOGRAPHIE ET PHOTOGRAPHIE
Louise Dib

RÉDACTEUR EN CHEF ADJOINT
Meriem Boudjadja

DOCUMENTALISTES
Besma Bendris, Ghania Mebrouki

CONCEPTION, RÉALISATION
ET RÉGIE PUBLICITAIRE
SUPCOM ELDJAZAÏR

IMPRESSION
ED-DIWAN

CONTACTS
contact@supcom.dz
9 bd du 11 décembre 1960
ELBIAR, 16000 ALGER
021.94.69.79

SOMMAIRE

COMMERCE EXTÉRIEUR

DIVERSIFIER L'ÉCONOMIE,
PROMOUVOIR LES EXPORTATIONS

P.10

UNE VOLONTÉ POLITIQUE AFFIRMÉE

P.13 L'ÉVÈNEMENT

Conférence nationale sur le commerce extérieur
UNE RENCONTRE À TRÈS HAUTE VALEUR AJOUTÉE

P.34 COOPÉRATION

Coopération algero- hollandaise
DES LENDEMAINS PROMETTEURS

L'ENTRETIEN P.36

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL
« Le gouvernement s'attèle à améliorer la compétitivité des produits nationaux »

P.38 L'INSTITUTION

Politique commerciale extérieure
UNE VOLONTÉ D'OUVERTURE MAÎTRISÉE

P.43 ALGEX

CHUTE DES COURS DES HYDROCARBURES
Le commerce extérieur au cœur des priorités
du gouvernement

P.53 LE P3A, une évaluation positive
L'UNION EUROPÉENNE COMME RÉFÉRENCE

DOSSIER

P.60

REGISTRE DU COMMERCE
ÉLECTRONIQUE, CONVENTION
CNRC-CHAMBRE NATIONALE
DES NOTAIRES...

DÉMATERIALIZER, C'EST DÉBUREAUCRATISER

RÉGULATION ET ORGANISATION DES ACTIVITÉS

INFORMEL ET GRANDE
DISTRIBUTION

P.72

LE CŒUR DU PROBLÈME

P.74 L'ÉVÈNEMENT

Journée d'étude sur le marché informel
SORTIR DE L'INFORMEL :
UN IMPERATIF ET UNE URGENCE

L'ENTRETIEN P.83

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL « Nous mettrons en œuvre
une nouvelle vision de l'activité commerciale »

P.86 L'INSTITUTION

**Surveillance de la concurrence
et des pratiques commerciales**
UN DISPOSITIF INDISPENSABLE A LA MISE
EN ŒUVRE D'UNE ÉCONOMIE DE MARCHÉ

P.93 MAGROS

La Double exigence de l'efficacité
commerciale et de l'aménagement du territoire

P.98 LA CACI

Assemblée générale ordinaire :
A L'OMBRE DU REFLUX DES COURS DU BRUT

PUBLI-REPORTAGES

Chebli « ou l'histoire exemplaire d'une
entreprise familiale et citoyenne »
P.129

Condor « Le secret de notre réussite ?
la confiance du consommateur ! »
P.135

Sanofi « Notre confiance en l'Algérie
est totale »
P.140

CONTRÔLE ÉCONOMIQUE ET RÉPRESSION DES FRAUDES

INFORMER, CONTRÔLER
ET SANCTIONNER

P.108

LE CONSOMMATEUR COMME FINALITÉ

P.111 L'ÉVÈNEMENT

**Rencontre nationale des cadres
du secteur** LES WILAYAS DRESSENT
LEUR BILAN

L'ENTRETIEN P.114

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL « Un consommateur
bien informé est un levier économique »

P.116 L'INSTITUTION

Contrôle de qualité
UNE VIGILANCE DE CHAQUE INSTANT
P.122 ENQUÊTE ÉCONOMIQUE
LE MARCHÉ DU CIMENT À LA LOUPE

P.125 LE CACQUE

Laboratoires de contrôle de la qualité
UNE ÉTAPE INCONTOURNABLE,
UN RÔLE CRUCIAL

P.150 Les TIC au service de la communication
OBJECTIF : MODERNISATION

DÉBATS

1 « Adhésion à l'OMC : enjeux, ouverture et vulnérabilité »
P.143 PAR YACINE OULDMOUSSA

2 « La baisse des cours du brut cristallise tous les faux débats »
P.146 ENTRETIEN AVEC ABDEREZAK TRABESI

3 « Mise en réseau au service de l'expansion commerciale,
regarder vers l'Afrique subsaharienne »
P.148 PAR AHMED BELGHENOU



COMMERCE EXTÉRIEUR

DIVERSIFIER L'ÉCONOMIE, PROMOUVOIR LES EXPORTATIONS

UNE VOLONTÉ POLITIQUE AFFIRMÉE

« Avec ou sans la baisse des prix du pétrole, la mise à niveau et le redressement de l'économie nationale s'imposent », a écrit, à juste titre, le ministre dans son éditorial. La question est plus que jamais d'actualité et elle mobilise l'ensemble des acteurs concernés par l'effort à consentir pour en finir avec la dépendance de notre économie du seul secteur des hydrocarbures.

C'est dans ce contexte et pour cet objectif qu'intervient la Conférence nationale sur le commerce extérieur tenue les 30 et 31 mars, sous le haut patronnage de monsieur le président de la République, en présence du 1er ministre, de nombreux membres du gouvernement, de walis, de parlementaires, de diplomates algériens et étrangers de haut rang, d'experts nationaux et étrangers, d'opérateurs économiques et de représentants de la société civile. L'événement occupe une place prépondérante dans la présente publication, s'agissant surtout de diversifier l'économie nationale et de promouvoir les exportations.

Tous les propos qu'on pourra lire dans les pages suivantes s'intéressent, à un titre ou à un autre, à cette problématique incontournable.

Le constat est toujours le même et tous les propos tendent à ouvrir des pistes et proposer des stratégies qui convergent vers un seul objectif : diversifier l'économie nationale et nos exportations hors hydrocarbures.

On lira avec intérêt dans le présent dossier un exposé succinct sur la politique nationale du commerce extérieur et un article sur les accords régionaux et commerciaux.

On y trouvera aussi une présentation exhaustive d'Algex, un bilan de ses activités et ses ambitions affichées pour l'avenir, en matière d'accompagnement des entrepreneurs algériens dans leur quête d'une place sur le marché international.

On y découvrira, aussi, une présentation du programme P3A, avec ses objectifs et ses réalisations.

ÉCLAIRAGE

Conférence nationale sur le commerce extérieur : contexte et objectifs



Les participants arrivent au palais des nations

Conditionnalité de tout développement pérenne, la diversification des exportations a, depuis plusieurs années, constitué une préoccupation majeure des réformes économiques entreprises par les pouvoirs publics. Cette question se pose aujourd'hui avec d'autant plus d'acuité que le marché pétrolier mondial s'oriente à la baisse, à un moment où les besoins de financement du développement économique et social explosent.

Le défi à relever est considérable. Il passe, à la fois, par la consolidation de la vocation exportatrice de l'entreprise algérienne à travers, notamment, sa mise à niveau technologique et managériale, une allocation conséquente de ressources financières au renforcement de la compétitivité de l'économie nationale et la définition d'une stratégie offensive de conquête des marchés extérieurs, s'appuyant sur une valorisation systématique des avantages comparatifs détenus par le pays.



Vue générale de l'hémicycle lors de la plénière

Dans cette perspective de changement systémique, le Ministère du Commerce ouvre le débat autour de la problématique du commerce extérieur.

À ce débat prendront part l'ensemble des acteurs (pouvoirs publics, partenaires économiques et sociaux, experts, universitaires) ainsi que des représentants d'institutions internationales spécialisées, à l'effet de procéder à un large échange de vues quant aux actions à engager pour relancer les exportations hors-hydrocarbures, réfléchir aux mesures de nature à améliorer l'offre exportable et dessiner les contours d'une nouvelle politique de commerce extérieur plus équilibrée et mieux adaptée aux spécificités nationales et aux mutations économiques et financières mondiales.

OBJECTIFS DE LA CONFÉRENCE

La diversification de l'économie nationale est au cœur du plan d'action du Gouvernement, un plan qui vise à parachever les réformes engagées pour

LA DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE NATIONALE EST AU CŒUR DU PLAN D'ACTION DU GOUVERNEMENT, UN PLAN QUI VISE À PARACHEVER LES RÉFORMES ENGAGÉES POUR METTRE L'ÉCONOMIE NATIONALE SUR LA VOIE DE L'ÉMERGENCE.

mettre l'économie nationale sur la voie de l'émergence. Ce processus implique non seulement une gouvernance économique renouée mais aussi une montée en puissance des activités productives parmi les activités à haute valeur ajoutée (industrie, agriculture, tourisme, mines, services, etc).

Pour atteindre ces objectifs ambitieux il est nécessaire de mettre en cohérence et en synergie l'ensemble des stratégies sectorielles, de sorte à remédier à la fragmentation que connaît, aujourd'hui, l'économie algérienne et fédérer les acteurs nationaux, publics et privés, autour de la priorité nationale que constitue désormais la promotion des exportations hors-hydrocarbures.

Le constat qui s'impose est que l'Algérie demeure un acteur marginal du commerce international, au moment où la mondialisation s'accélère.

Cette situation est due essentiellement à la faible diversité des structures de production et d'exportation de son économie, à la forte dépendance vis-à-vis des hydrocarbures et à sa faible intégration aux chaînes de valeurs mondiales. Après deux décennies de libéralisation économique, le moment est venu de passer d'une approche « techniciste » axée sur l'élimination des obstacles à la liberté du commerce à une approche « politique » fondée sur la diversification et le rééquilibrage des échanges extérieurs, pour venir à bout de ses vulnérabilités actuelles.

Cette inflexion privilégie le renforcement et la modernisation des capacités de production nationales afin de permettre aux entreprises de jouer un rôle plus actif dans le cadre de l'intégration de notre pays dans les espaces économiques régionaux et mondiaux. Force est d'admettre que l'ouverture de l'économie ne s'est pas accompagnée

AXES DE RÉFLEXION ET DE TRAVAIL

△ La diversification de l'économie algérienne et la consolidation de la balance commerciale qui constitue un objectif prioritaire et qui interpelle tous les acteurs ;

△ L'identification des éléments d'une politique nationale du commerce extérieur pour renforcer les résultats à l'exportation et lancer la réflexion pour la mise en place d'une stratégie nationale de promotion, de développement et d'encadrement des exportations hors hydrocarbures.

Cette politique, pour être efficace, devra s'appuyer sur des mesures de soutien visant, notamment, à :

△ La redynamisation et la relance des activités productives en vue de constituer une offre exportable diversifiée et de qualité ;

△ La mise en cohérence d'ensemble et la coordination entre les stratégies sectorielles et la stratégie nationale de promotion et de développement des exportations hors hydrocarbures ;

△ La réorganisation, la consolidation et le renforcement des institutions d'encadrement et des instruments de promotion et d'appui aux exportations hors hydrocarbures ;

△ La consolidation de l'entreprise et le renforcement de sa compétitivité à l'international et la mise à niveau de ses produits ;

△ Le parachèvement des discussions économiques avec les institutions régionales et internationales ;

△ L'amélioration de l'environnement national et international des activités liées au commerce extérieur ;

△ La mise en place d'une politique de positionnement des produits nationaux sur les marchés extérieurs ;

△ L'amélioration et le renforcement de la bonne gouvernance et la transparence dans les opérations liées au commerce extérieur.

de mesures de stimulation du commerce extérieur par l'élimination des principaux obstacles structurels et institutionnels au développement de la production, de la productivité et de la compétitivité hors-hydrocarbures.

La persistance de ces obstacles n'a pas permis aux exportations hors hydrocarbures de prendre leur essor et de mettre à profit les opportunités créées par la libéralisation des échanges et par l'intégration de notre pays dans les espaces économiques régionaux.

Le principal enseignement qui peut être tiré de l'expérience précédente est que le développement des exportations hors hydrocarbures ne se résume pas à la seule libéralisation du commerce. L'Algérie s'engage progressivement dans l'exportation de nouveaux produits pour lesquels les marchés sont porteurs. Toutefois, les quantités demeurent encore faibles au regard des potentialités du pays. L'entrée en jeu du secteur privé et la constitution de partenariats public-privé s'avèrent indispensables pour exploiter les opportunités d'exportation qui se présentent.

LE CONSTAT QUI S'IMPOSE AUJOURD'HUI EST QUE L'ALGÉRIE DEMEURE UN ACTEUR MARGINAL DU COMMERCE INTERNATIONAL, AU MOMENT OÙ LA MONDIALISATION S'ACCÉLÈRE.

L'accent doit être mis en particulier sur l'entreprise algérienne qui n'est pas encore apte à s'insérer avantageusement dans les chaînes de valeurs mondiales et pénétrer pleinement les marchés extérieurs. Aussi, le renforcement de ses capacités et l'amélioration de son environnement constituent-ils une priorité dans cette phase cruciale de redéploiement de l'économie nationale.

La promotion d'une politique d'exportations hors-hydrocarbures plus offensive questionne le système économique dans ses dimensions institutionnelles, économique et managériale mais aussi dans son paradigme fondateur. Il s'agit d'accroître la productivité et de mettre en place des institutions à même de permettre une participation efficace au commerce international.

Il importe, en outre, de faciliter l'accès aux intrants, d'encourager les nouveaux investissements et d'assurer l'information sur les marchés, sans oublier la conclusion rapide, en conformité avec les intérêts du pays, des négociations commerciales en cours avec les institutions régionales et multilatérales qui constituent la clé de tout développement d'envergure du commerce extérieur de l'Algérie.

L'objet de cette Conférence nationale réside précisément dans la recherche d'éléments pertinents permettant de restructurer les politiques publiques sectorielles et transversales, pour renforcer les résultats à l'exportation et, concomitamment, le lancement de la réflexion sur une stratégie nationale de promotion et de développement des exportations hors-hydrocarbures et assurer, ainsi, un meilleur encadrement du commerce extérieur. ■

CONFÉRENCE NATIONALE SUR LE COMMERCE EXTÉRIEUR

UNE RENCONTRE À TRÈS HAUTE VALEUR AJOUTÉE

Pendant deux jours, les 30 et 31 mars, l'emblématique Palais des Nations de Club des Pins a accueilli la Conférence nationale sur le commerce extérieur, organisée par le ministère du Commerce sous le haut patronage du Président de la République. L'objectif principal de la rencontre est de dessiner une stratégie qui permette un rééquilibrage du commerce extérieur par la maîtrise des importations et la diversification et la promotion des exportations, dans le respect des règles internationales et des engagements pris. Le nombre et la qualité des participants ainsi que le niveau et la franchise des discours et des interventions confèrent une indéniable valeur ajoutée à l'évènement.



À l'écoute de l'hymne national

C'est en présence de plus de 1200 participants et invités (voir encadré), sous l'œil de près de 200 journalistes, que les travaux de la Conférence nationale sur le commerce extérieur ont débuté ce lundi 30 mars, à 9h30 du matin, par une brève allocution de bienvenue du ministre du Commerce, Amara Benyounes, et l'écoute de l'hymne national. La parole a aussitôt été donnée au Premier ministre, Abdelmalek Sellal, qui procédera à l'ouverture officielle des travaux après un discours caractérisé par la sérénité du ton, la justesse du constat, la franchise du propos et la détermination à franchir un à un les obstacles qui se dressent devant la nécessaire diversification de l'économie nationale et la promotion des exportations hors hydrocarbures.

Il annoncera, entre autres, une prochaine loi de finances complémentaires, toute dédiée à cet objectif (voir article en rapport).

Lui succédant, le ministre du Commerce, Amara Benyounes, a procédé à une rétrospective en relation avec l'économie nationale en général et le

commerce extérieur en particulier, pour mieux apprécier les progrès enregistrés mais aussi le long chemin qui reste à parcourir. Il dira ensuite les efforts consentis, les difficultés rencontrées, les atouts de notre économie et le cap qu'il faudra lui donner pour atteindre les objectifs fixés par le gouvernement et faire rentrer l'Algérie, aux horizons 2020, dans le club encore restreint des pays émergents (voir article en rapport).

UN GOUVERNEMENT SOLIDAIRE ET DÉTERMINÉ

Après les allocutions du Premier ministre et du ministre du Commerce, quatre autres membres du gouvernement ont été invités à prendre la parole. Le ministre des Affaires étrangères, Ramtane Lamamra, d'abord, puis successivement, le ministre des Finances, Mohamed Djellab, le ministre de l'Agriculture et du Développement Rural, Abdelouahab Nouri et le ministre de la Pêche et des Ressources Halieutiques, Sid Ahmed Ferroukhi.

L'intervention du ministre des Affaires Étrangères a été particulièrement remarquée. D'abord parce que c'est sans doute la première fois que ce département ministériel s'exprime publiquement et à ce niveau sur les questions économiques et commerciales, ensuite parce que l'orateur a annoncé toutes les mesures prises pour la mise en œuvre d'une diplomatie économique efficace dont les actions s'inscrivent dans la stratégie globale du gouvernement en la matière et répondent parfaitement aux thématiques inscrites à l'ordre du jour de la conférence.

Pour sa part, le ministre des Finances a orienté son intervention sur des données chiffrées qui caractérisent l'économie nationale et les finances publiques, données indispensables à une vision objective de la situation générale et à l'élaboration de stratégies appropriées en matière d'économie et de commerce en général et du commerce extérieur en particulier. Ses propos, qui ont suscité l'intérêt de l'assistance, seront appuyés quelques minutes plus tard par l'intervention très documentée

UNE PARTICIPATION MASSIVE ET DE QUALITÉ

La conférence nationale sur le commerce extérieur a connu une participation record marquée par la qualité et le niveau des participants. En effet, pas moins de 1281 personnes ont été conviées, réparties comme suit :

38 MINISTRES

12 ANCIENS MINISTRES

69 AMBASSADEURS

11 APN, CONSEIL DE LA NATION,
CONSEIL CONSTITUTIONNEL

06 SECRÉTAIRES GÉNÉRAUX,
CHEFS DE CABINET DE MINISTÈRES
ET WALIS

44 INSTITUTIONS ET
ORGANISMES PUBLICS

54 INVITÉS

13 CCI MIXTES ET BANQUES
ÉTRANGÈRES

77 REPRÉSENTANTS DES
MINISTÈRES ET CC/OMC

68 EXPERTS

107 ADMINISTRATION
CENTRALE MINISTÈRE

193 SERVICES EXTÉRIEURS
MINISTÈRE, CCI, ORGANISMES
SOUS TUTELLE

75 UNIVERSITÉ, ECOLES,
INSTITUTS ET CENTRES

112 ASSOCIATIONS, AGENCES,
FORUM, UNIONS, CLUBS,
FÉDÉRATIONS, CONFÉDÉRATIONS,
OFFICES

154 ENTREPRISES NATIONALES

44 ORGANISATEURS MINISTÈRE

48 PERSONNEL DE SOUTIEN

29 EXPOSANTS

180 PRESSE

DES INTERVENANTS DE TRÈS HAUT NIVEAU

du gouverneur de la Banque d'Algérie, Mohamed Laksaci. Les interventions des deux derniers ministres à prendre la parole ne furent pas d'un intérêt moindre. En effet, le ministre de l'Agriculture et du Développement rural, Abdelouahab Nouri, et le ministre de la Pêche et des Ressources halieutiques, sont solidairement à la tête d'un secteur dont dépend la sécurité alimentaire du pays et qui présente un haut potentiel à l'exportation comme le confirme le positionnement de la datte à la tête des exportations hors hydrocarbures.

Après avoir écouté le Premier ministre et les membres du gouvernement, un constat s'impose. D'abord, chacun aura vu la cohérence et la cohésion des propos qui attestent d'un gouvernement solidaire dont les membres, chacun en ce qui le concerne, sont mobilisés pour relever le défi de la diversification de l'économie, de l'amélioration de l'environnement économique et de la productivité, de la maîtrise des importations et de la promotion des exportations. Ensuite, toutes les interventions sont caractérisées par une grande franchise, ce qui a contribué à décomplexer les débats

aussi bien en plénière qu'en ateliers, de sorte que jamais peut-être, jusqu'ici, une rencontre de ce niveau et de cette importance n'a autant été expurgée de toute trace de langue de bois ou d'autocensure. Et s'il fallait ne citer qu'un succès de cette manifestation, celui-là est sans conteste l'un d'eux. Les travaux de la matinée ont pris fin après l'intervention du secrétaire général de l'UGTA, Madjid Sidi Saïd, qui aura quelque peu atténué son opposition traditionnelle à l'adhésion de l'Algérie à l'OMC, se limitant à énumérer quelques recommandations dont le gouvernement a sans doute pris note. Avant le début des travaux, le Premier ministre et les membres du gouvernement présents ont visité une exposition organisée dans les halls du Palais des Nations, à laquelle ont pris part 29 entreprises et groupes algériens exportateurs de biens et de service.

Après l'intervention du ministre des Affaires Étrangères, l'assistance a eu droit à un documentaire d'une quinzaine de minutes, réalisé à la demande du ministère du Commerce et selon ses indications, consacré à la thématique du commerce extérieur.

Les travaux de la conférence ont commencé, à proprement parler, en début d'après-midi, après la pause déjeuner, pour se poursuivre le lendemain jusqu'en fin de journée. Tandis qu'en plénière les intervenants succédaient à la tribune, trois ateliers ont été installés avec missions de rendre leurs recommandations en plénière dès le lendemain après-midi pour les soumettre à débat (voir article en rapport). Dans l'après-midi de cette première journée, pas moins de seize interventions ont été enregistrées en plénière, suivies d'un débat animé et décomplexé jusqu'à la clôture de la journée, à l'heure du dîner. Treize autres interventions ont pu être suivies le lendemain matin. Au total ce sont vingt-neuf intervenants qui ont tenu à apporter leur pierre à l'édifice, parmi lesquels de grands opérateurs publics et privés, des représentants d'organisations professionnelles, des diplomates, des représentants d'organismes algériens et internationaux et des experts nationaux et étrangers (voir encadré).



INTERVENANTS EN PLÉNIÈRE

Abdou Bouderbala DG DES DOUANES ; **Boukhalfa khemnou**, DG ALGEX ; **Mohamed Rafik Demmak**, VICE-PRÉSIDENT COMMERCIALISATION SONATRACH ; **Abdelkader Chouane**, DIRECTEUR CENTRAL SONELGAZ ; **Issaad Rebrab**, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL GROUPE CEVITAL ; **Rolf Traeger**, CNUCED ; **Mohamed Bouchakour**, EHEC ALGER ; **Emmanuel Noubissie Ngankam**, BANQUE MONDIALE ; **Boumediène Derkaoui**, PRÉSIDENT GROUPE SAIDAL ; **Professeur M'hamed Merdji**, EXPERT ; **Bachir Dehimi**, PRÉSIDENT GROUPE MÉCANIQUE ; **Pascal Bergeret**, IAM MONTPELLIER ; **Abderrezak Trabelsi**, DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL ABEF ; **Réda Cherif**, ÉCONOMISTE IDC/FMI ; **David Bicchetti**, CNUCED ; **Farid Yaïci**, EXPERT ; **Mohamed Babes**, PRÉSIDENT CNES ; **Hervé Lohoues**, BANQUE AFRICAINE DE DÉVELOPPEMENT ; **Ali Bey Nasri**, ANEXAL ; **Ali Harbi**, EXPERT ; **Arezki Issiakhem**, PDG GROUPE ISSER DÉLICES ; **Abderrahmane Benkhelfa**, EXPERT ; **Djillali Tarriket**, DG CAGEX ; **Khalifa Tounakti**, EXPERT PNUD ; **Darius Kurek**, CCI ; **Salah Zenkhri**, UNIVERSITAIRE, PRÉSIDENT DU CONSORTIUM DES DATTES ; **Rachid Alliouche**, UNIVERSITAIRE, EHEC ; **Mohamed Amokrane Nouad**, EXPERT ; **Kamel Moula**, PDG VENUS, PRÉSIDENT DU CEIMI.

LE MINISTRE DU COMMERCE A PROCÉDÉ À UNE RÉTROSPECTIVE EN RELATION AVEC L'ÉCONOMIE NATIONALE EN GÉNÉRAL ET LE COMMERCE EXTÉRIEUR EN PARTICULIER, POUR MIEUX APPRÉCIER LES PROGRÈS ENREGISTRÉS MAIS AUSSI LE LONG CHEMIN QUI RESTE À PARCOURIR.

Dans l'après-midi de la deuxième journée, avant que les rapporteurs des trois ateliers ne soumettent leurs recommandations à la plénière, le ministère du Commerce a procédé à la signature de lettres d'intention avec des institutions internationales spécialisées, dont le CCI, l'IAMM et le programme P3A/UE.

L'exposé des recommandations a été suivi d'un débat avant que le ministre du Commerce, Amara Benyounes, ne procède à la clôture des travaux de la conférence (voir le texte intégral de son allocution). A noter que l'ensemble des travaux de la conférence seront publiés sous peu sous forme d'actes par le ministère du Commerce (NDLR). ■



LE PREMIER MINISTRE PROCÈDE À L'OUVERTURE DES TRAVAUX

UN TON SEREIN, FRANÇ ET DÉTERMINÉ

C'est un Premier ministre serein qui a procédé à l'ouverture des travaux de la Conférence nationale sur le commerce extérieur organisée par le ministère du Commerce. Prononçant un discours d'une franchise remarquable, Abdelmalek Sellal a dressé un constat objectif et sans concession sur l'état de l'économie nationale en général et du commerce extérieur en particulier. Il a aussi fait part de la détermination du gouvernement à lever les incohérences et dépasser les obstacles en prenant sans délais les mesures qui s'imposent.



D'emblée, le Premier ministre a donné le ton en rappelant le contexte dans lequel intervient cette rencontre, marqué par le reflux net des cours du pétrole sur le marché mondial, avec ce que cela implique comme impact sur les finances, sachant que notre économie est très largement tributaire des exportations pétrolières. Mais, plutôt que de s'en plaindre, il a préféré positiver, estimant même qu'il s'agit là d'« une occasion en or » pour « changer les mentalités » et pour concevoir et mettre en œuvre des stratégies nationales vouées au développement et à la diversification de l'économie nationale ainsi qu'à la maîtrise et à la réduction des importations, dans le strict respect des accords conclus avec les partenaires, et à la promotion des exportations hors hydrocarbures.

Il n'a nié ni le poids de l'économie informelle qui brasse « 3700 milliards de dinars » contre seulement « 2324 milliards de liquidités bancaires » et qu'il faut impérativement juguler, ni le fait que « les recettes d'exportation hors hydrocarbures » couvrent « à peine 25% de la facture d'importation de

biens alimentaires », une situation qui implique « une déstructuration du commerce extérieur et nous oblige à aller à tout prix vers la réduction des importations tout en respectant les accords conclus avec nos partenaires de l'Union européenne et de la Zone arabe de libre échange ». Il n'a pas nié non plus que jusqu'ici ont prévalu des malversations et des fraudes en tous genres au détriment de l'économie nationale et des finances publiques, qu'il s'agisse de la facturation des produits importés ou de leur qualité. Il ironisera même sur le sujet en disant qu'on nous a parfois fait prendre des vessies pour des lanternes, utilisant pour cela une formule bien à lui : on importe « des pur-sang qui se transforment miraculeusement en mulets à leur arrivée dans nos ports ».

Il a également reconnu et déploré qu'il existe encore, à tous les niveaux, « des réflexes bureaucratiques et certaines mentalités figées qui continuent à faire la différence entre opérateurs publics et opérateurs privés », alors que les uns et les autres sont invités, sans discrimination, à contribuer à l'essor de l'économie nationale.

UN DISCOURS CARACTÉRISÉ PAR LA
SÉRÉNITÉ DU TON, LA JUSTESSE DU
CONSTAT, LA FRANCHISE DU PROPOS ET
LA DÉTERMINATION À PASSER UN À UN
LES OBSTACLES.

Le constat ayant été fait, le Premier ministre fera part de sa détermination et de la volonté politique du gouvernement d'en finir avec le laxisme et les incohérences. Pour cela, dira-t-il, des mesures ont été prises et d'autres encore le seront très prochainement.

Ainsi, alors que « la Banque d'Algérie a (déjà) donné des instructions pour mieux contrôler et suivre les opérations d'importation », le ministère du Commerce créera incessamment « un fichier national des importateurs et des exportateurs sérieux et fiables, branche par branche et produit par produit, pour contraindre les tricheurs qui ont souvent recours à des registres du commerce de tierces personnes n'ayant aucune relation avec le métier d'importateur, pour ruser et s'adonner au trafic, aux dépens de l'intérêt de l'économie nationale ».



Une assistance attentive

Le Premier ministre a encore réaffirmé la volonté politique du gouvernement d'encourager « entreprises nationales citoyennes, publiques et privées », sans discrimination aucune, avant d'annoncer que « dans les mois à venir, une loi de finances complémentaire sera présentée au Parlement en vue de prendre des décisions en faveur d'une meilleure maîtrise du commerce extérieur et de l'économie nationale en général ».

Cette loi de finances complémentaire comportera, selon le Premier ministre, des mesures qui « viseront à assurer une meilleure maîtrise du commerce extérieur à travers, notamment, la lutte contre la corruption et la fraude dans le financement des importations ». Ces mesures, additionnées au « projet de loi rétablissant les licences d'importation, actuellement sur le bureau du Parlement, permettront de mieux maîtriser les importations et de débusquer les fraudeurs ».

Incontestablement, en ce lundi 30 mars au Palais des Nations de Club des Pins, le ton serein mais ferme et la franchise du Premier ministre ont plu.

Et, fait inédit, alors qu'il devait quitter la conférence après l'allocution de son ministre du Commerce, Abdelmalek Sellal a décidé de bousculer son agenda et d'assister à toutes les interventions jusqu'à la pause de fin de matinée. C'est dire toute l'importance qu'il accordait à l'évènement. ■

JAMAIS PEUT-ÊTRE, JUSQU'ICI, UNE
RENCONTRE DE CE NIVEAU ET DE CETTE
IMPORTANCE N'AURA ÉTÉ AUTANT
EXPURGÉE DE TOUTE TRACE DE LANGUE
DE BOIS OU D'AUTO-CENSURE, CE QUI
CONSTITUE L'UN DE SES SUCCÈS.



LE MINISTRE DU COMMERCE À L'OUVERTURE DES TRAVAUX UN DISCOURS DE VÉRITÉ QUI N'INTERDIT PAS L'OPTIMISME

C'est en maître de cérémonie que le ministre du Commerce, Amara Benyounes, a pris place à la tribune de l'hémicycle du Palais des Nations, en compagnie du Premier ministre, pour souhaiter la bienvenue aux participants avant de donner la parole à ce dernier. Ensuite de quoi, prenant le relai, il fit une intervention incisive avec une rétrospective, un état des lieux lucide et sans concession et un ensemble de pistes pour des perspectives d'avenir.



Le ministre a tenu avant tout et dans la foulée de ses mots de bienvenue à remercier les universitaires et les experts de renom présents, dont les « connaissances des questions et des modèles de développement économiques, du commerce international et du monde des affaires, sont le gage d'un débat de grande qualité ».

Il a ensuite salué le « soutien et l'accompagnement des institutions internationales partenaires, qui ont tenu à déléguer leurs experts pour participer aux travaux de cette conférence » et avec lesquelles quatre conventions seront signées en marge de la rencontre. Il a enfin remercié « les opérateurs économiques, tant publics que privés, pour leur engagement, leur concours et leur contribution à la réussite » de l'événement.

Le ministre a ensuite parlé de la conférence elle-même et des objectifs qui lui ont été fixés. Il s'agit « d'ouvrir un débat, le plus large possible, autour de la problématique du commerce extérieur, à l'effet de procéder à un échange de vues sur les actions à engager pour

IL S'AGIT « D'OUVRIR UN DÉBAT, LE PLUS
LARGE POSSIBLE, AUTOUR DE LA
PROBLÉMATIQUE DU COMMERCE
EXTÉRIEUR. »

relancer et diversifier les exportations, réfléchir aux mesures de nature à améliorer l'offre exportable et dessiner les contours d'une nouvelle politique de commerce extérieur plus équilibrée et mieux adaptée aux spécificités nationales et aux mutations économiques et financières mondiales ».

Pour mieux appréhender l'état des lieux qui allait suivre, l'orateur a fait une courte rétrospective qui a permis, aussi, de mesurer le chemin parcouru. Il rappellera que c'est au début des années 90 que l'Algérie a décidé « d'abandonner le modèle de l'économie administrée et centralisée pour s'engager sur la voie de la construction d'une économie de marché, basée sur la compétitivité et la concurrence ».

L'objectif recherché à travers ce changement de cap et les réformes engagées est, dira-t-il, « la diversification de

l'économie algérienne, son engagement sur la voie d'une croissance soutenue et durable ainsi que son intégration, à terme, dans des espaces économiques régionaux et mondiaux ».

« La démonopolisation du commerce extérieur, la libéralisation des prix, la refonte du tarif douanier, l'élimination des restrictions quantitatives à l'importation et l'institution de la convertibilité du dinar pour les transactions courantes » sont le résultat de ces réformes qui ont permis, aussi, la libéralisation des marchés des biens et des services et leur ouverture à la concurrence et à l'investissement privé, tant national qu'étranger.

Pour autant, loin d'en tirer satisfaction, le ministre déplore la précarité de la situation actuelle caractérisée par des échanges commerciaux marqués par « une faible diversité des exportations », dominées par « les hydrocarbures à hauteur de 96% » et par « un accroissement incessant des importations ».

Ainsi, soulignera-t-il, de 2004 à 2014, « le volume global des importations de

biens est passé d'un peu plus de 18 milliards de dollars à plus de 58 milliards, soit un accroissement de 218% », tandis que le volume global des exportations a progressé de 96% au cours de la même période, passant de 32 à 62 milliards, « dont moins de 3 milliards seulement représentent les exportations hors hydrocarbures ».

Le constat du ministre est implacable concernant les déséquilibres du commerce extérieur. Néanmoins il y trouve un objet de satisfaction à travers le fait que « 63% des importations sont destinés à l'appareil national de production » et non à la consommation.

APRÈS LE DIAGNOSTIC, QUELLE THÉRAPIE ?

Tout comme le Premier ministre avant lui, le ministre du Commerce a donc fait un constat lucide et sans appel. Mais alors, quelle thérapie ? C'est précisément un début de réponse à cette question qui est attendu de cette conférence nationale.

LE CONSTAT DU MINISTRE EST IMPLACABLE CONCERNANT LES DÉSÉQUILIBRES DU COMMERCE EXTÉRIEUR. NÉANMOINS IL Y TROUVE UN OBJET DE SATISFACTION À TRAVERS LE FAIT QUE « 63% DES IMPORTATIONS SONT DESTINÉS À L'APPAREIL NATIONAL DE PRODUCTION » ET NON À LA CONSOMMATION.

Mais le ministre a une vision précise sur la question et estime que « traiter de la problématique du commerce extérieur dans une perspective de diversification des exportations non pétrolières, c'est tenter de répondre à quatre préoccupations majeures ».

La première préoccupation est liée à la disponibilité d'une offre exportable. « Elle renvoie à la capacité de notre système économique de produire une offre compétitive et exportable sur les marchés extérieurs (...), ce qui nous renvoie à l'efficacité des politiques sectorielles et d'investissement, à la qualité du climat des affaires, de la gouvernance économique et commerciale, et à celle des entreprises, publiques et privées,

obligées d'internaliser les contraintes d'efficacité qu'impose l'ouverture du commerce extérieur ».

La deuxième préoccupation réside dans la nécessaire cohérence entre les politiques sectorielles et la politique du commerce extérieur. Or, soulignera le ministre, « le processus d'ouverture commerciale engagé ces dernières années s'est déroulé très souvent en déconnexion avec les impératifs de renforcement des capacités productives nationales. »

Et de constater que « l'aisance financière aidant et faute de réelle mise à niveau dans un contexte où les mécanismes de protection classiques ont été progressivement démantelés, le recours aux importations a finalement pris le pas sur la production nationale », avant de s'interroger : « Est-ce la conséquence du programme d'ouverture commerciale ou le résultat d'une gouvernance économique qui a ignoré ou marginalisé les impératifs de mise à niveau de l'outil de production ? ».

En tout cas, conclura-t-il sur ce sujet, « la question de la cohérence de cet objectif





avec la politique d'ouverture du commerce extérieur se pose ». La troisième préoccupation concerne notre capacité à réduire l'impact de la chute du prix du pétrole sur nos équilibres financiers extérieurs, et appelle plusieurs questions, sachant que la réduction de la facture des importations par une politique de leur rationalisation semble être l'une des voies conjoncturelles choisies.

consommateur des pratiques de fraude, de transferts illicites de devises, de surfacturation ou de sous-facturation, de qualité douteuse et de non-conformité des produits importés etc. » ?

Et de conclure : « Ces quatre préoccupations sont, à mon avis, au cœur de la nouvelle problématique du commerce extérieur. A travers elles, c'est un bilan

sans complaisance mais objectif de la politique d'ouverture commerciale qui doit être effectué pour déboucher sur une démarche réajustée, voire renouvelée et participative, qui prenne en charge les impératifs du redressement productif avec les obligations qu'imposent les accords internationaux auxquels l'Algérie a souscrit ou compte souscrire. » ■

« Que signifie ce concept dans un contexte où les importations ont pris beaucoup d'ampleur et sont souvent incompressibles ? Comment le mettre en œuvre sans contredire nos engagements internationaux et sans tomber dans le travers de la gestion bureaucratique et administrée du commerce extérieur ? Comment organiser une politique de substitution aux importations ? »

La quatrième préoccupation a trait, quant à elle, à l'efficacité de nos institutions de gouvernance et de contrôle du commerce extérieur et de ses flux financiers. Ces institutions « sont-elles suffisamment organisées pour protéger efficacement l'économie et le



TRAVAUX DES ATELIERS DE LA CONFÉRENCE DES DÉBATS DE FOND, UNE VISION D'AVENIR



Le premier atelier au travail

Trois ateliers ont été installés et ont travaillé lors de la première journée de la Conférence pour rendre leurs conclusions le lendemain en plénière. Les objectifs de chaque atelier ayant été cernés au préalable et les questions qui attendaient des réponses ayant été posées, toutes les conditions étaient réunies pour le succès de la rencontre, surtout au regard de la diversité et de la qualité des participants. Cela est d'autant plus vrai que ni langue de bois ni autocensure ni, encore moins, une quelconque volonté de dissimulation de la réalité ne sont venus contrarier ce succès.

Le long de toute l'après-midi de cette première journée de la Conférence nationale sur le commerce extérieur, trois ateliers ont travaillé sur des thématiques très pointues, toutes en relation directe avec le commerce extérieur et les objectifs que s'est fixée la rencontre.



Omar Bessaoud, Mustapha Mekidèche, Lyès Ferroukhi

VERS UNE STRATÉGIE NATIONALE DE PROMOTION DU COMMERCE EXTÉRIEUR

IL S'AGIT DONC DE DÉFINIR LES GRANDS AXES DE LA STRATÉGIE NATIONALE DU COMMERCE EXTÉRIEUR.

Le premier atelier, présidé par Mustapha Mekidèche, expert du Conseil national économique et social, devait apporter des réponses aux obstacles qui empêchent le pays d'aller « Vers une stratégie nationale de promotion du commerce extérieur » et d'indiquer les moyens et les mécanismes à mettre en œuvre pour ce faire. Le deuxième, présidé par Sid Ahmed Tibaoui, était invité à traiter du « Renforcement des instruments d'appui et de promotion du commerce extérieur ». Le troisième, enfin, présidé par Mohamed Chami, directeur général de la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie, devait consacrer ses travaux à l'« Amélioration de l'environnement du commerce extérieur ».

Dans les trois ateliers se sont retrouvés des cadres institutionnels, des opérateurs économiques, des experts nationaux et étrangers et des représentants d'organisations professionnelles et de la société civile, ce qui représentait un gage pour des débats de qualité.

De prime abord l'équation est posée au sein du premier atelier : dépendant essentiellement des hydrocarbures (35% du PIB, 97% des exportations et 60% des recettes fiscales) et des dépenses publiques, le modèle économique algérien n'est pas soutenable à terme. Quelles sont alors les mesures à prendre pour la diversification de l'économie nationale et la maîtrise de la balance commerciale ?

Il apparaît alors nécessaire pour le pays de se doter d'une stratégie nationale pour la promotion et le développement de son commerce extérieur. Cette stratégie doit être élaborée dans un cadre largement concerté avec la contribution de l'ensemble des acteurs et partenaires à son élaboration et à sa mise en œuvre. Pour une meilleure coordination intersectorielle, cette stratégie doit être adossée à des politiques sectorielles qui convergent vers la diversification de l'économie et la réduction de la dépendance aux hydrocarbures, tout en développant les secteurs stratégiques tels l'énergie, la chimie, l'industrie, l'agriculture et le tourisme.



Atelier 1

Néanmoins, une stratégie de développement des exportations ne peut atteindre ses objectifs que si elle est soutenue par une politique d'investissement qui libère l'acte d'investir de toute contrainte et qui soutient par des mesures et des avantages conséquents les nouveaux investissements destinés entièrement ou partiellement à l'exportation.

C'est pourquoi l'élaboration d'une stratégie nationale pour la promotion et le développement du commerce extérieur devra être consacrée à travers une participation de tous les acteurs du développement et une vision concertée et inclusive. Elle doit veiller à l'alignement de tous les plans d'actions relatifs aux stratégies et politiques sectorielles sur la vision nationale et à la mise en place de mécanismes d'évaluation et de supervision incluant l'ensemble des acteurs.

Elle exige, enfin, le renforcement de la bonne gouvernance et de la transparence dans les opérations d'échange et de développement du commerce extérieur.

Il s'agit donc de définir les grands axes de la stratégie nationale du commerce extérieur. Pour ce faire, les animateurs de l'atelier s'évertueront à apporter les réponses idoines à une série de questions.

Quels acteurs impliquer, quels instruments à consolider et quelles mesures et actions à promouvoir à court et à moyen terme ?

Comment faire converger les actions et les politiques des différents secteurs dans un cadre cohérent, efficace et intégré, en vue d'appuyer la politique nationale du commerce extérieur et comment concilier les impératifs de redressement industriel avec les exigences de l'ouverture du marché et les obligations qu'elle implique ?

Quelle serait la place et le rôle de l'entreprise dans ces stratégies et politiques à venir et seront les axes prioritaires et le programme à mettre en place dans le cadre de cette nouvelle politique du commerce extérieur ?

DANS LES TROIS ATELIERS SE SONT RETROUVÉS DES CADRES INSTITUTIONNELS, DES OPÉRATEURS ÉCONOMIQUES, DES EXPERTS NATIONAUX ET ÉTRANGERS ET DES REPRÉSENTANTS D'ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES ET DE LA SOCIÉTÉ CIVILE

C'est à toutes ces questions que les animateurs du premier atelier ont tenté de répondre à la suite d'un débat sérieux et animé, avant de faire part, en plénière, aussi bien des recommandations qui ont fait consensus que des idées ayant suscité des divergences. ■



Sid Ahmed Tibaoui, Mimoun Bouras

RENFORCEMENT DES INSTRUMENTS D'APPUI ET DE PROMOTION DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Pour le deuxième atelier, le problème posé est tout aussi clair : la mise en œuvre d'une stratégie nationale de promotion du commerce extérieur nécessite des instruments et des outils d'appui et de promotion efficaces ayant un impact direct sur l'entreprise et son environnement.

ALGEX, agence nationale de promotion du commerce extérieur, en tant qu'instrument transversal de l'Etat pour la promotion et le développement du commerce extérieur, est au cœur du dispositif.

Mais son statut, ses moyens humains, matériels et financiers sont-ils en adéquation avec les missions qu'elle est censée accomplir ?

La question est d'autant plus légitime qu'outre ces missions, l'agence doit déployer et favoriser la création d'un réseau d'information et d'accompagnement au niveau national et international et disposer d'une certaine autonomie pour davantage d'efficacité sur le terrain des réponses à la politique des pouvoirs publics et des sollicitations des opérateurs économiques et

acteurs de l'exportation. Pour sa part, la redynamisation du Fonds de soutien et de promotion des exportations (FSE), constitue une action forte pour soutenir la prise en charge des activités situées en amont de l'acte d'exporter.

Il s'agit donc de soutenir le dispositif d'accompagnement des entreprises exportatrices et des programmes spécifiques aux entreprises primo-exportatrices. Cela passe par le développement des relais régionaux et internationaux du commerce extérieur et le renforcement de la communication et de la promotion commerciale au niveau régional à travers des rencontres régionales et une base de données des exportateurs, de leurs produits et des marchés potentiels. Mais cela appelle aussi la mise en place d'un plan de communication et de démarchage adapté à l'ouverture du commerce extérieur et le développement des mécanismes d'appui complémentaires et spécifiques pour accompagner les entreprises exportatrices et potentiellement exportatrices. En somme, pour faciliter l'accès des entreprises aux programmes d'appui à l'exportation et diversifier l'offre

LA REDYNAMISATION DU FONDS DE SOUTIEN ET DE PROMOTION DES EXPORTATIONS (FSE), CONSTITUE UNE ACTION FORTE POUR SOUTENIR LA PRISE EN CHARGE DES ACTIVITÉS SITUÉES EN AMONT DE L'ACTE D'EXPORTER.



Atelier 2

nationale, il convient d'assouplir les critères d'éligibilité à ces programmes, simplifier les procédures, mettre en place une plate-forme virtuelle unique d'information concernant les mesures d'appui aux entreprises, consolider et redynamiser le redéploiement du FSE et mettre en place des représentations commerciales au niveau des marchés cibles et des marchés prioritaires.

De même, pour assurer une meilleure gouvernance des opérations d'échanges et de développement du commerce extérieur, il est nécessaire de renforcer la traçabilité et la transparence des opérations, de maîtriser et de contrôler des opérations de transfert de capitaux, de contrôler la qualité des produits importés et exportés, et de mieux connaître les circuits d'acheminement.

Dès lors, les débats au sein de l'atelier ont naturellement porté sur l'impact des instruments et outils de promotion du commerce extérieur sur le développement des exportations et sur les mécanismes qui permettraient d'alerter les pouvoirs publics sur les contraintes et difficultés rencontrées par les acteurs, afin de les lever. Il a porté aussi

sur le renforcement du rôle des institutions et des instruments de soutien et d'accompagnement et sur la levée des contraintes institutionnelles et autres, qui freinent la promotion des opérations de commerce extérieur. Il a traité, enfin, du renforcement des mesures d'amélioration de la gouvernance et de la transparence, notamment en matière de flux financiers. ■

LES DÉBATS AU SEIN DE L'ATELIER ONT NATURELLEMENT PORTÉ SUR L'IMPACT DES INSTRUMENTS ET OUTILS DE PROMOTION DU COMMERCE EXTÉRIEUR





M'hamed Merdji, Mohamed Chami, Said Djellab

AMÉLIORATION DE L'ENVIRONNEMENT DU COMMERCE EXTÉRIEUR

L'INEFFICIENCE DU SYSTÈME DE FINANCEMENT CONSTITUE UN FACTEUR CONTRAIGNANT DU FAIT D'UNE RÉGLEMENTATION DE CONTRÔLE DES CHANGES

Concernant le troisième atelier, la problématique est tout aussi claire : la qualité de l'environnement des affaires (institutionnel et réglementaire) réduit sensiblement la compétitivité des entreprises algériennes, situation aggravée par le chevauchement des missions des institutions et organismes en charge de la promotion des exportations et une absence de coordination sur le terrain des opérations.

De plus, l'inefficience du système de financement constitue un facteur contraignant du fait d'une réglementation de contrôle des changes qui n'a pas connu de grande évolution depuis sa mise en place, accentuée par l'inexistence d'instruments financiers dédiés aux entreprises exportatrices.

Il faut y ajouter la crainte des entrepreneurs d'affronter le marché international par méconnaissance ou par désintérêt, conjuguée à la faible qualité des produits et services.

Il reste que l'exportation est l'affaire des entreprises avant tout. Il est donc

nécessaire qu'elles se mettent à niveau pour améliorer leur compétitivité. A cet effet, il est primordial que l'entreprise mette en place un véritable processus de normalisation aussi bien de ses produits que de ses procédés de production en vue de s'insérer progressivement dans une démarche qualité.

Les contraintes qui entravent l'exercice de l'activité export sont liées principalement à de procédures douanières et fiscales.

En la matière, les avancées réalisées en matière de facilitations douanières demeurent insuffisantes et devraient être élargies à l'ensemble des produits exportables avec la mise en place d'un dispositif plus allégé et moins contraignant. De même, il y a lieu d'alléger les procédures fiscales au profit de toutes les entreprises exportatrices.

Ces contraintes relèvent aussi de la réglementation des changes et des services bancaires et assurance-crédit export, d'où la nécessité de revoir la réglementation des changes afin de développer l'exportation de services,



Atelier 3

de faciliter le transfert de devises, sur fonds propres, nécessaires à la prise en charge des employés expatriés et d'autoriser, par les services de la Banque d'Algérie, l'implantation de représentations, bureaux de liaison ou comptoirs algériens à l'étranger.

Elles sont aussi liées aux questions de transport et de logistique.

Aussi, les débats au sein de cet atelier ont porté sur l'analyse de l'environnement des acteurs du commerce extérieur et l'identification des contraintes et des difficultés, suivie de propositions de mesures de soutien et d'accompagnement aux entreprises exportatrices et de la définition des actions prioritaires à engager.

Parmi ces actions, on notera l'identification des missions que doit assumer le monde professionnel en matière d'amélioration de l'environnement de l'entreprise, la définition de mesures à initier pour améliorer l'environnement des entreprises la garantie de plus de transparence dans les opérations du commerce extérieur.

TOUTES LES RECOMMANDATIONS SONT ORIENTÉES VERS UN SEUL ET MÊME OBJECTIF : COMMENT PROMOUVOIR, DIVERSIFIER ET DÉVELOPPER NOS EXPORTATIONS TOUT EN MAÎTRISANT LE VOLUME ET LA NATURE DES IMPORTATIONS, SANS CONTREDIRE LES ENGAGEMENTS PRIS À L'INTERNATIONAL.

Il y a également à initier une démarche pour l'amélioration de la compétitivité de l'entreprise aussi bien sur le marché national qu'à l'international, passant par l'amélioration des capacités managériale, la promotion des investissements nécessaires pour développer les actions de marketing de ces produits et la préparation à l'intégration dans la chaîne de valeur mondiale du commerce international.

Il conviendrait, enfin, d'esquisser les éléments de la stratégie nationale pour préparer les conditions de pénétration

des marchés extérieurs et assurer, ainsi, un meilleur positionnement des produits nationaux sur le marché extérieur. De retour à la plénière en fin de la seconde journée de la conférence, les rapporteurs des trois ateliers ont exposé leurs recommandations en prenant soin de signaler les propositions sur lesquelles il n'y a pas eu de consensus.

Toutes les recommandations sont néanmoins orientées vers un seul et même objectif : comment promouvoir, diversifier et développer nos exportations tout en maîtrisant le volume et la nature des importations, sans contredire les engagements pris à travers les accords signés ou ceux ayant vocation à l'être à l'avenir.

Un débat s'en est suivi avant que le ministre du Commerce ne prononce la clôture des travaux, à l'issue d'un discours qu'on pourra lire en intégralité ci-après. ■

LE MINISTRE DU COMMERCE À LA CLÔTURE DES TRAVAUX

« *Faire de l'Algérie un pays émergent à l'horizon 2020* »

C'est un ministre visiblement satisfait qui a procédé à la clôture des travaux de la Conférence nationale sur le commerce extérieur, à l'issue de deux journées riches en débats. Le nombre et la qualité des participants et des intervenants, le niveau des débats caractérisés par une parfaite maîtrise du sujet et par une liberté de ton absolue, la nature et la pertinence des propositions formulées, tout concourait, en effet, à sa satisfaction. Ci-dessous l'intégralité de son discours de clôture.



Je voudrais tout d'abord vous exprimer ma satisfaction après le déroulement remarquable de cette conférence. Nous avons pu constater, depuis hier, un élan positif et une volonté réelle de marquer des avancées significatives dans les diverses questions liées au commerce extérieur de l'Algérie. Nous avons pu observer, au cours des sessions plénières et pendant les travaux des ateliers,

« Les efforts fournis, les idées exposées au cours de cette conférence et les recommandations rendues à son issue sont un apport substantiel pour l'Algérie, dans la perspective d'en faire un pays émergent à l'horizon 2020. »

l'émergence de plusieurs projets à même de permettre des avancées décisives dans la promotion et le développement de notre commerce extérieur, susceptibles de le hisser à un niveau digne des potentialités de notre pays et de lui faire jouer pleinement son rôle en matière de croissance et de développement. Si nous voulons faire jouer ce rôle moteur au commerce extérieur, nous devons, rapidement et collectivement, nous engager dans la concrétisation des recommandations de cette conférence. C'est comme cela que nous pourrions aller de l'avant, j'en suis persuadé. Les efforts fournis, les idées exposées au cours de cette conférence et les recommandations rendues à son issue sont un apport substantiel pour l'Algérie, dans la perspective d'en faire un pays émergent à l'horizon 2020.

Une synthèse des travaux sera rapidement disponible pour une exploitation immédiate. Pour l'heure, permettez-moi simplement de vous dresser une liste de six points, particulièrement importants, issus des échanges fructueux que nous avons eus au long de ces deux journées.

- 1 Un sentiment général d'urgence se dégage : un grand nombre de participants ont estimé urgent de nous donner les moyens de rendre opérationnelles et efficaces nos potentialités à l'international. L'offre en quantité et en qualité apparaît insuffisante. Les plus grands défis doivent être relevés en premier lieu sur ce plan, d'où l'urgence d'intégrer le commerce dans les programmes de développement de tous les secteurs.
- 2 Une conviction de la responsabilité partagée : les responsabilités dans le développement du commerce extérieur sont partagées. Nombreux sont ceux qui ont insisté sur le devoir d'avancer ensemble, dans un partenariat plus effectif et plus dynamique.
- 3 Le rôle primordial des capacités nationales : les progrès accomplis par la nation sont soulignés. Toutefois, ils devront être poursuivis, notamment en matière d'investissements en capital humain et en infrastructures

- 4 L'importance du développement du secteur privé : la question a été soulignée à de nombreuses reprises. En particulier, le développement du secteur privé peut être relié aux politiques d'exportations et encouragé en vue d'atteindre des objectifs arrêtés.
- 5 Le rôle crucial joué par le commerce international : il y a une grande convergence de vues sur le fait que le commerce est un facteur de croissance et de développement. Dans cette optique, l'accession de notre pays à l'OMC et les accords de libre-échange constituent des instruments de sécurité pour l'accès aux marchés extérieurs et, par conséquent, d'encouragement des exportations.
- 6 Le besoin de plus de cohérence et de synergies : sur ce point il est réaffirmé l'amélioration de la cohérence au plan sectoriel et institutionnel, afin de mieux promouvoir le commerce extérieur.

« Au niveau du Gouvernement, nous avons fait le choix d'une réforme ambitieuse du dispositif public de soutien aux exportations hors hydrocarbures. »

Avant de conclure, permettez-moi de rappeler qu'il nous faut poursuivre nos efforts collectifs dans le cadre d'un partenariat dynamique. Au vu de ces deux journées, il semble bien que cela soit non seulement possible mais attendu, et je vous engage à poursuivre dans cette voie prometteuse.

Il nous appartient de traduire cette volonté commune par un plan stratégique et un plan d'actions définissant des objectifs précis et datés autant que possible. Au niveau du Gouvernement, nous avons fait le choix d'une réforme ambitieuse du dispositif public de soutien aux exportations hors hydrocarbures. Nous voulons mutualiser les moyens pour une mise en commun

concrète de la maison Algérie, tournée davantage vers l'international, en structurant les filières dans ce sens. Pour ce faire, renforcement du pilotage et stratégie d'ensemble feront l'objet d'un seul programme.

Au terme de cette communication, je prends acte de toutes les recommandations et j'adresse mes sincères remerciements à toutes les personnes

qui ont travaillé de concert, chacune dans son domaine de spécialisation, aux recommandations qui nous permettent d'optimiser l'organisation et l'efficacité du dispositif de promotion du commerce extérieur de notre pays.

Je déclare donc clos les travaux de cette conférence. ■



COOPERATION ALGÉRO-HOLLANDAISE DES LENDEMAINS PROMETTEURS

Dans le cadre d'une mission économique des Pays-Bas au Maghreb, Madame Lilianne Ploumen, ministre néerlandaise du Commerce Extérieur et de la Coopération au Développement, a conduit une délégation d'hommes d'affaires néerlandais à Alger, le 5 février dernier.



Le ministre et son homologue néerlandaise

Vingt-trois entreprises néerlandaises de divers secteurs économiques sont venues assister au forum d'affaires algéro-néerlandais qui s'est tenu en marge de la visite officielle, dans un but de resserrer les liens avec l'Algérie et explorer les possibilités de nouveaux partenariats.

Cette mission a été marquée par un intérêt particulier des opérateurs des Pays-Bas pour les secteurs de l'agriculture, de l'industrie du recyclage et du transport maritime.

Plusieurs entreprises néerlandaises présentes à cette rencontre économique ont exprimé leur volonté de mettre leur savoir-faire au service de l'agriculture algérienne à travers des partenariats à long terme dans les domaines de la production laitière, de l'élevage bovin et de l'horticulture.

Dans le secteur du transport maritime, des opérateurs néerlandais ont affirmé vouloir explorer de nouveaux horizons dans les domaines du fret, la construction et la réparation navale ainsi que les travaux maritimes notamment le dragage des ports.

DANS LE SECTEUR DU TRANSPORT
MARITIME, DES OPÉRATEURS
NÉERLANDAIS ONT AFFIRMÉ VOULOIR
EXPLORER DE NOUVEAUX HORIZONS
DANS LES DOMAINES DU FRET,
LA CONSTRUCTION ET LA
RÉPARATION NAVALE

Les opportunités de partenariat dans le domaine de la gestion durable des déchets publics, domestiques et industriels, l'industrie du recyclage, la formation et l'ingénierie dans les hydrocarbures ont été également évoquées lors du forum.

Composée d'une quinzaine d'entreprises, la délégation néerlandaise a été conduite par la ministre du Commerce extérieur, de la coopération au développement Lilianne Ploumen qui a affirmé la volonté de la partie néerlandaise de construire de "solides relations" d'affaires avec l'Algérie dans le sillage des relations historiques que les Pays Bas ont noué avec l'Algérie lors de la guerre d'indépendance.

« La présence, aujourd'hui, d'entreprises néerlandaises constitue pour les acteurs de chacun de nos pays une occasion unique de faire connaissance et d'établir de solides relations bénéfiques de part et d'autre », a estimé Mme Ploumen qui n'a pas manqué de souligner le soutien de son pays au processus d'adhésion de l'Algérie à l'Organisation mondiale du commerce (OMC).

CONVAINCRE POUR EXPORTER VERS LES PAYS-BAS

De son côté, le ministre du Commerce, Amara Benyounès, a mis l'accent sur l'importance d'asseoir un partenariat "fécond et mutuellement avantageux" entre les hommes d'affaires des deux pays. "L'existence de relations politiques et de coopération stables et régulières constitue un atout majeur pour impulser une nouvelle dynamique dans la consolidation des relations économiques et commerciales algéro-néerlandaises", a-t-il estimé.

Le ministre a aussi appelé à promouvoir les exportations algériennes vers ce pays, précisant qu'il appartenait aux hommes



d'affaires algériens de convaincre qu'un bon nombre de produits locaux pourront être commercialisés aux Pays-Bas.

Le forum d'affaires algéro-néerlandais étant une occasion pour "relancer de manière concrète et durable" les relations économiques bilatérales.

"J'invite les opérateurs des deux pays à faire preuve d'initiative pour exploiter les nombreux gisements et opportunités en vue d'un renforcement significatif des échanges économiques, commerciaux, industriels, financiers et techniques", a-t-il noté.

Les échanges commerciaux entre l'Algérie et les Pays Bas sont passés de 1,8 milliard de dollars en 2002 à plus de 6,2 milliards de dollars en 2012.

Après la chute des cours de pétrole, il est prévu que les échanges commerciaux atteignent les 5 milliards de dollars par an. Malgré un excédent favorable à l'Algérie, la structure des échanges reste dominée par les hydrocarbures qui représente 97% des exportations algériennes.

Concernant les investissements néerlandais en Algérie, le souhait du ministre du Commerce de voir les opérateurs économiques des deux pays s'orienter vers des projets de partenariat se réalise: trois projets sont actuellement en cours de lancement dans les secteurs de l'industrie et des services, pour un montant global de 1,432 milliard de dinars.

De son côté, Madame Liliane Ploumen a fait part de la disposition des

autorités néerlandaises à impulser davantage la coopération et la concertation avec l'Algérie afin de servir l'intérêt commun des deux pays. ■

QUELQUES CHIFFRES

ÉCHANGES ENTRE
ALGÉRIE ET PAYS-BAS

1,8M \$ À
6,2M \$

DE 2002 À 2012



Lyes Ferroukhi

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL DU COMMERCE EXTÉRIEUR

« *Le gouvernement s'attèle à améliorer la compétitivité des produits nationaux* »

Dans l'entretien que nous reproduisons ci-après, le directeur général du commerce extérieur au ministère du Commerce, Lyes Ferroukhi, évoque la conférence nationale sur le commerce extérieur, qui s'est tenue les 30 et 31 mars, rappelle les dispositions incitatives du gouvernement en faveur de l'exportation hors hydrocarbures et se montre, surtout, optimiste quant aux capacités du pays à promouvoir une économie productive, compétitive et exportatrice de biens et de services variés.

LCR- Le Ministère du Commerce a organisé une conférence nationale sur le commerce extérieur. Qu'attendait-on de cet événement ?

Lyes Ferroukhi - En effet, le ministère du Commerce a organisé, sous le haut patronage du Président de la République, les 30 et 31 mars 2015, une conférence nationale sur le commerce extérieur.

Elle a été organisée selon une approche participative intégrant les institutions, le secteur productif, des membres du gouvernement, des parlementaires, des diplomates algériens et étrangers, des experts nationaux et étrangers, des opérateurs économiques, et des représentants d'organisations professionnelles et de la société civile.

Cette conférence a été l'occasion pour les entreprises, les universitaires, les parlementaires et la société civile de débattre du commerce extérieur et de formuler des recommandations

« Le défi est la diversification des exportations et la transformation d'une bonne partie de nos matières premières avant leur exportation. »

à l'effet de lui faire jouer pleinement son rôle de catalyseur du développement économique et social du pays. Les experts de la CNUCED, du CCI et de la CEA ont participé, également, aux travaux de la conférence nationale.

Les résultats de cette conférence serviront à l'élaboration d'une stratégie de promotion du commerce extérieur algérien.

LCR- Peut-on connaître les mesures incitatives à l'exportation inscrites dans le programme du gouvernement ?

LF - Loin de négliger la participation de l'importation au développement de la production, à l'intégration de l'économie nationale et à la compensation de l'offre (substitution des importations), le gouvernement s'attèle depuis plus d'une décennie à accroître la compétitivité des produits nationaux en termes de qualité et de coûts ainsi qu'à travers la modernisation des systèmes de production (mise à niveau des entreprises).



Par ailleurs, il est question de diversifier les biens et les services par la mutation du système de production vers des activités à forte valeur ajoutée. Cette démarche est renforcée par la mise en place de divers appuis aux entreprises exportatrices et d'une politique d'ouverture et de sécurité juridique des marchés extérieurs. En outre, il est envisagé de faciliter le commerce extérieur par l'amélioration des opérations et de la logistique et également par la formation des capacités à l'exportation. Il s'agira aussi de réduire les coûts des transactions pour soutenir les exportations à travers l'amélioration de l'environnement des entreprises.

De plus, au cours de la conférence nationale sur le commerce extérieur, le Premier ministre a annoncé, entre autres, une loi de Finances supplémentaire orientée dans ce sens.

LCR- Comment voyez-vous l'évolution du commerce extérieur algérien dans la conjoncture actuelle, caractérisée par la chute du prix du pétrole ?

LF - Tout d'abord, je voudrais souligner que le commerce extérieur n'est que le résultat de l'activité économique. Comme je voudrais souligner que l'économie algérienne est vulnérable en raison de sa forte dépendance des hydrocarbures.

De ce fait elle subit les soubresauts des termes de l'échange sur le marché international. La chute du prix du pétrole nous ramène à cette réalité et nous interpelle.

Il n'y a pas de limite à nos aspirations à obtenir de plus en plus de résultats dans la transformation de notre économie en une économie productive, compétitive et exportatrice de biens et de services variés.

Le défi est la diversification des exportations et la transformation d'une bonne partie de nos matières premières avant leur exportation. Si actuellement les contraintes sont grandes, ce défi est néanmoins réaliste.

Nous avons les moyens et les ressources pour transformer notre économie en une économie productive et compétitive. Il n'y a pas de doute à ce sujet ni de limites à nos aspirations à obtenir de plus en plus de résultats dans la transformation de notre économie en une économie productive, compétitive et exportatrice de biens et de services variés.

Le prix du pétrole fluctue. Ce risque est connu depuis longtemps. Toutefois, sa connaissance n'a pas été suffisante pour modifier notre comportement. Actuellement ce qui est important est que la connaissance de ce risque est accompagnée d'un sentiment d'efficacité à pouvoir changer ce comportement. C'est ce qui conforte notre foi en une évolution positive de notre commerce extérieur. ■

POLITIQUE COMMERCIALE EXTÉRIEURE UNE VOLONTÉ D'OUVERTURE MAÎTRISÉE

Les réformes économiques internes en Algérie visent deux objectifs principaux : la construction de l'Etat de droit et la mise en place d'une économie de marché avec son corolaire, l'ouverture sur l'extérieur. Consciente des avantages que peut lui apporter un cadre juridique international solide, l'Algérie a exprimé sa ferme volonté d'accéder à l'OMC.



L'Algérie participe à de très nombreux forums économiques régionaux, à titre de membre à part entière ou à titre d'observateur. Elle est signataire de peu d'accords commerciaux mais de nombreux accords de coopération économique, que ce soit sur une base multilatérale, plurilatérale, ou bilatérale.

La participation de l'Algérie aux grandes organisations internationales qui sont une des caractéristiques importantes de l'ordre international d'après-guerre est l'expression de sa ferme volonté de coopérer pour une plus grande stabilité et une plus grande sécurité dans les relations économiques internationales. Le Fonds monétaire international (FMI) et la Banque mondiale, constituent les deux grands piliers de ce système dans les domaines monétaire et financiers. D'autre part, l'Organisation mondiale du commerce (OMC), à laquelle l'Algérie compte accéder rapidement, et la CNUCED, sont les principaux piliers dans le domaine commercial.

L'OMC est le fondement juridique et institutionnel du système commercial

multilatéral. Elle a notamment pour fonctions d'administrer et de mettre en œuvre les accords commerciaux, de servir d'instance permanente pour les négociations commerciales multilatérales, et d'élaborer, de concert avec les autres grandes organisations internationales, les politiques économiques mondiales. Elle agit également à titre d'organe de règlement des différends et d'organe d'examen et de surveillance des politiques commerciales.

L'Accord sur l'OMC est un accord complexe. Il englobe 29 accords juridiques, plus de 25 déclarations et décisions ministérielles, et un certain nombre de mémorandums d'accords. Elle fait obligation pour tous ses Membres de souscrire à l'ensemble des accords conclus (acte unique). L'Algérie fait du multilatéralisme la ligne directrice de sa politique économique internationale. L'objectif est double. Il s'agit d'élargir et de sécuriser l'accès aux marchés extérieurs pour les produits et les investissements d'une part, et d'améliorer la compétitivité de l'industrie algérienne en lui permettant, entre autres, de rationaliser ses

LA PARTICIPATION DE L'ALGÉRIE AUX GRANDES ORGANISATIONS INTERNATIONALES EST L'EXPRESSION DE SA FERME VOLONTÉ DE COOPÉRER POUR UNE PLUS GRANDE STABILITÉ ET UNE PLUS GRANDE SÉCURITÉ DANS LES RELATIONS ÉCONOMIQUES INTERNATIONALES.

activités et de profiter des économies d'échelle qu'offre l'intégration des marchés, d'autre part.

Par ailleurs, l'Algérie a signé un accord de libre échange avec l'Union Européenne et un accord de libre échange avec les pays arabes. Comme elle projette la conclusion d'autres accords de ce type avec les pays de l'UMA (Union du Maghreb Arabe), l'AELE (Association Européenne de Libre Echange), les USA ainsi qu'au niveau continental (zone de libre échange africaine).

Elle a également signé plusieurs accords commerciaux bilatéraux en vue de garantir le traitement NPF. Cependant, ces derniers ne contiennent pas de clauses préférentielles, contrairement aux accords de libre-échange. ■

DIRECTION DU SUIVI DES ACCORDS RÉGIONNAUX COMMERCIAUX ET DE COOPERATION



RELATION DE L'ALGÉRIE AVEC L'UE : VOLET COMMERCIAL

ÉCHANGES COMMERCIAUX

L'Accord d'Association avec l'Union Européenne entame sa 10ème année depuis le 1er Septembre 2014. En terme d'échanges commerciaux, l'Union Européenne demeure le principal partenaire de l'Algérie, avec les

proportions respectives pour les 11 premiers mois 2014 de **50,87%** des importations et de **82,34%** des exportations. Par rapport à la même période en 2013, les importations en provenance de l'UE ont enregistré une augmentation de l'ordre de **3,91%** passant de **26 089** millions de dollars US durant les 11 premiers mois 2013 à **27 111** millions de dollars US pour la même période en 2014.

Concernant, les exportations des produits hors hydrocarbures de l'Algérie vers l'UE, ont connues un augmentation

soit un taux de **48,59%** en passant de **1 384** millions de dollars US durant les 11 premiers mois 2013 à **2 056** millions de dollars US pour la même période 2014. Sur la base de ce constat du déséquilibre de la balance commerciale hors hydrocarbures et dans la cadre de l'évaluation périodique, une première analyse du volet commercial a été finalisée en concertation avec les secteurs concernés (Ministères de l'Agriculture et du Développement Rural, de la Pêche et des Ressources Halieutiques, de l'Industrie et des Mines, de la Banque d'Algérie, de la Direction Générale des Douanes).



Siège du CNUCED

RÈGLES D'ORIGINE PAN-EURO-MÉDITERRANÉENNES

Le Ministère du Commerce a participé aux travaux de la 21ème réunion du groupe de travail Pan-EuroMed chargé de la révision des règles d'origine Pan-Euro-méditerranéennes tenue à Bruxelles les 30 et 31 octobre 2014, et a pris part au séminaire tenu en Italie sur la même question.

Dans cette optique, et dans le cadre de la préparation et l'enrichissement des propositions algériennes des règles de liste pour les produits agricoles et industriels des réunions de coordination intersectorielle se sont tenues sous l'égide du département du Ministère du Commerce à travers l'implication des secteurs producteurs, des associations professionnelles et le secteur privé.

LE PROCESSUS EUROMED-COMMERCE

Dans le cadre de la mise en œuvre de la feuille de route EuroMed-Commerce, le groupe des hauts fonctionnaires EuroMed-Commerce s'est réuni deux fois en 2014 pour le suivi de la mise en œuvre des actions prioritaires de la feuille de route EuroMed-commerce et la préparation de la 10ème Conférence Ministérielle du Commerce prévue initialement en février 2014 et fina-

lement reportée pour le premier trimestre 2015 suite à la demande du groupe des pays arabes. En termes de mise en œuvre des actions prioritaires, des réunions du Réseau National Euromed-Commerce ont été tenues au Ministère du Commerce et qui ont porté sur la préparation de la participation algérienne aux ateliers régionaux portant sur "les produits de l'environnement, la lutte contre la piraterie et la contrefaçons, la coopération sectorielle dans le domaine des textiles-habillement, ainsi que sur la mise en place du Mécanisme de Facilitation des Echanges et de l'Investissement (MFEI) ainsi que sur la lutte contre la piraterie et la contrefaçons.

POLITIQUE EUROPÉENNE DE VOISINAGE

Dans le cadre de la Politique Européenne de Voisinage (PEV), et suite à l'adhésion de l'Algérie à cette PEV, le Ministère du Commerce a pris part aux travaux des 4ème et 5ème sessions de négociations du Plan d'Action Algérie-UE tenues respectivement à Alger le 04 juillet 2013 et à Bruxelles le 05 Novembre 2014. Dans ce cadre, les questions commerciales liées à notre adhésion à L'OMC et la libéralisation du commerce de services et les droit d'établissement et le climat des affaires demeurent en discussions.

SUIVI DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA GRANDE ZONE ARABE DE LIBRE ECHANGE

Sur le plan des échanges commerciaux, nos importations des produits originaires des pays membres de la GZALE, sont passées de 3143 millions US\$ durant les onze (11) mois de l'année 2013 à une valeur de **2403** millions US durant la même période de l'année 2014, soit une diminution de **23,5 %**. Pour ce qui est des exportations hors hydrocarbures à destination des pays arabes, le montant est passé de **254** millions de dollars US pendant les onze (11) mois de l'année 2013 à **199** millions de dollars US en 2014, soit une diminution de **21,6 %**.

Ainsi, la part de la GZALE dans les échanges commerciaux de l'Algérie est passée pour la période suscitée de **4,3 %** à **3,5** pour les importations et de **4,8 %** à **3,9** pour les exportations.

Concernant le suivi du programme exécutif de la Grande Zone Arabe de Libre Echange (GZALE), durant l'année 2014, le Ministère du Commerce maintien l'application de la liste négative révisée de 925 sous-positions tarifaires. Cette liste est diffusée via le site du Ministère du Commerce. Au titre de la coopéra-

AINSI, LA PART DE LA GZALE DANS
LES ÉCHANGES COMMERCIAUX DE
L'ALGÉRIE EST PASSÉE POUR LA
PÉRIODE SUSCITÉE DE **4,3 %**
À **3,5** POUR LES IMPORTATIONS
ET DE **4,8 %** À **3,9** POUR LES
EXPORTATIONS.

tion avec la Ligue des Etats Arabes, le ministère a participé régulièrement aux travaux du Conseil Economique et Social de la Ligue des Etats Arabe ainsi qu'aux réunions des comités qui ont été organisés en 2014.

Concernant les relations avec l'Union Africaine le Ministère du Commerce a prit part aux travaux de la 9ème session de la Conférence des Ministres Africains du Commerce, tenue à Addis-Abeba (Ethiopie) au mois d'octobre 2014, et ce dans la perspective de la création de la Zone de Libre Echange Continentale.

COOPÉRATION AU SEIN DES PAYS DU MAGHREB, AU NIVEAU BILATÉRAL

L'année 2014 a été marquée par la mise en œuvre de l'Accord commercial Préférentiel Algéro-Tunisien le 1er mars 2014, ainsi que la visite effectuée par Madame la ministre Tunisienne du commerce et de l'artisanat à Alger les 22 et 23 juin 2014. Aussi la commission mixte Algéro-Tunisienne de suivi des échanges commerciaux a tenu sa première réunion les 22 et 23 septembre 2014 à Alger pour une première évaluation de l'ACP.

Concernant la coopération avec la Mauritanie, un groupe interministériel a été mis place pour la préparation d'un nouveau cadre juridique pour régir les



relations économiques et commerciales avec la Mauritanie en remplacement de la convention de 1996, et ce suite aux recommandations de la 17ème Session de la Grande commission mixte Algéro-Mauritanienne qui s'est tenue à Nouakchott les 20 et 21 mars 2013.

COOPÉRATION AVEC LES INSTITUTIONS SPÉCIALISÉES

En marge de la participation du ministre du Commerce aux travaux de la CNUCED à Genève en juin 2014, il a rencontré le Secrétaire Général de la CNUCED et la Directrice Exécutive du Centre du Commerce International. Durant cette visite il a été convenu que ces derniers effectuent un déplacement en Algérie.

A ce titre, le Secrétaire Général de la CNUCED a effectué une visite à Alger au mois de décembre 2014 et au cours de laquelle il a rencontré le Premier Ministre ainsi que les ministres des Affaires Etrangères, de l'Energie, du Commerce et le Directeur Général des Douanes. L'objectif de cette visite est d'élaborer un accord cadre englobant les volets OMC, la révision des politiques de concurrence, la mise en œuvre des recommandations issues de l'examen de la politique d'investissement et les accords internationaux d'investissement. Concernant le CCI,

deux experts de cette institution se sont rendus à Alger au mois de décembre 2014 et il ont eu à rencontrer les associations patronales et professionnelles (FCE, CGOEA, Association des Investisseurs l'Association des conseillers à l'export et un panel d'entreprises), l'objectif de cette visite étant l'élaboration d'un projet d'assistance technique englobant les volets appui à l'accession de l'Algérie à l'OMC et le renforcement des capacités d'exportation des entreprises. Ce projet sera lancé au courant de l'année 2015. ■

QUELQUES CHIFFRES

L'UE, PARTENAIRE
EN 2014

50,87%

DES IMPORTATIONS

82,34%

DES EXPORTATIONS

+3,91%

PAR RAPPORT À 2013

AGENCE NATIONALE DE PROMOTION
DU COMMERCE EXTÉRIEUR (ALGEX)

POUR QUE LES OPÉRATEURS ALGÉRIENS PUISSENT OSER L'INTERNATIONAL



L'accompagnement des entreprises algériennes dans les manifestations économiques à l'intérieur du pays et à l'étranger est un moyen de les sensibiliser et de les encourager à participer en force. Il s'agit, pour elles, de se faire connaître sous leurs meilleurs atours, de mettre en valeur leurs produits, de découvrir de nouveaux marchés et, au bout, d'oser l'International.

La participation aux manifestations économiques est un outil de communication unique qui permet des prises de contact concrètes mais aussi un moyen de se faire connaître et de prospecter de nouveaux marchés.



Des produits algériens à l'honneur à Khartoum

Pour accompagner au mieux les opérateurs économiques algériens dans leur participation aux manifestations nationales et internationales, l'Agence Nationale de Promotion du Commerce Extérieur (Algex), contribue aux travaux du Comité intersectoriel des manifestations économiques à l'étranger, assure le démarchage des entreprises et participe à plusieurs manifestations, tant au niveau national qu'international, pour une assistance permanente des opérateurs.

2014 : LES OPERATIONS DE JUMELAGE A L'HONNEUR

L'événement phare organisé par Algex durant l'année 2014 fut l'organisation d'un séminaire, le 02 octobre 2014, sur le lancement des activités de jumelage inscrit au titre du programme P3A portant sur le renforcement des capacités opérationnelles de l'Agence. L'Agence a participé à des journées et rencontres d'information. (voir tableau) D'autres Foires et Salons ont été également animés par l'Agence tels que le Salon International de l'Agroalimentaire d'Oran (SIPSA), le SIFTEC, la Foire Internationale d'Alger (FIA), le Salon des Fruits et Légumes de Boumerdès, le Salon de l'Artisanat etc.

L'objectif principal d'Algex est d'accompagner les efforts des opérateurs économiques, à l'intérieur du pays et à l'étranger, pour la promotion et le développement des relations économiques et commerciales. Ces espaces offrent une opportunité aux opérateurs pour faire connaître leurs produits au niveau national et international. A ce propos l'Agence a participé aux différentes manifestations économiques et commerciales.

TOUJOURS DANS L'OPTIQUE D'ACCOMPAGNER AU MIEUX LES ENTREPRISES ALGÉRIENNES À L'INTERNATIONAL, L'AGENCE VEILLE RIGOREUSEMENT À PARTICIPER AUX MANIFESTATIONS ÉCONOMIQUES INSCRITES ANNUELLEMENT AU PROGRAMME OFFICIEL DE PARTICIPATION DE L'ALGÉRIE AUX DIFFÉRENTS FOIRES ET SALONS

△ Les journées d'informations organisées dans les différentes Chambres de Commerce de wilaya allant d'Alger à Adrar et d'Annaba à Tlemcen dans le but de disséquer la problématique des dispositifs dédiés à l'export ;

△ Les journées d'informations pour la préparation de la participation de l'Algérie aux différentes manifestations tels que :

△ Le 3^e Forum des Entrepreneurs Maghrébin à Marrakech,

△ Les journées de sensibilisation des opérateurs pour leur participation aux manifestations économiques à l'étranger afin de promouvoir la production nationale et faciliter la commercialisation et le positionnement sur le marché de trois pays africains en plein essor, à savoir la Tunisie, le Cameroun et la côte d'Ivoire ;

△ La rencontre des opérateurs algériens au Forum algéro-indonésien le 08 novembre 2014 pour leur participation au Salon Interfood Jakarta (Indonésie) ;

△ Le Salon "Fruit Logistica" de Berlin (Allemagne) qui s'est tenu du 5 au 7 février 2014. Le pavillon Algérie a été représenté par deux entreprises exposantes pour une superficie de 98 m², en l'occurrence l'Entreprise Hanni (Dattes) et l'Entreprise Amadagh (Dattes). L'encadrement de la participation algérienne de ce Salon a été assuré par Algex et la Société Algérienne des Exportations (Safex).

△ La 19^{ème} édition du Salon Agroalimentaire « GULF FOOD » du 23 au 27 Février 2014 à Dubaï (Emirats Arabes Unis). Ce Salon est considéré comme l'un des salons de l'alimentation et de l'hôtellerie les plus importants du monde et n° 01 au Moyen Orient. Gulf Food réunit les fabricants et les distributeurs activant dans les domaines de l'alimentation, des boissons, de l'hôtellerie, de la réfrigération et des services à la restauration, des machines pour l'agroalimentaire, de la boulangerie et de l'emballage provenant du monde entier.

△ L'Exposition spécifique de produits algériens qui s'est tenue du 09 au 15 juin 2014 à Tunis, où ont pris part 38 entreprises exposantes exerçant dans différents secteurs d'activités. En marge de cette exposition, ALGEX a organisé une journée d'information, animée par Monsieur KHEMNOU, Directeur Général d'Algex, avec la participation des intervenants qui ont abordé les thèmes des échanges commerciaux Algéro-tunisien, de la sous-traitance et son rôle comme levier économique, de la SNVI et des perspectives de partenariat avec les entreprises tunisiennes.

△ La 82^{ème} Edition de la Foire européenne qui s'est tenue du 5 au 15 septembre 2014 à Strasbourg, capitale

parlementaire de l'Europe en tant qu' invitée d'honneur de la foire, à l'initiative de "Strasbourg Évènements". À la faveur de cette manifestation qui, chaque année, met un pays à l'honneur, cette ville située dans le nord-est de la France et chef-lieu de la région Alsace a été drapée des couleurs de l'Algérie. Tous les moyens de transport de la ville, de même que les panneaux publicitaires, ont mis en exergue la destination Algérie. À cette occasion, l'Algérie s'est vu attribuer le hall le plus important de la foire, exclusivement réservé aux exposants du pays invité.

△ Les travaux de la 10^{ème} Conférence et Prix du réseau Mondial des Organisations de Promotion du Commerce (OPC) qui se sont déroulés du 03 au 05 Novembre 2014 à Dubaï, (Emirats Arabes Unis). L'Algérie, représentée par Algex, y participait pour la première fois.

△ En collaboration avec la CCI de Ziban, ALGEX a accompagné une délégation de 25 exposants spécialisés dans la production et la vente de dattes, et d'une soixantaine de visiteurs (Hommes d'Affaires) à la 14^{ème} Edition de la Foire «INTER FOOD» de Jakarta (INDONESIE), qui s'est tenue du 12 au 15 novembre 2014. Des rencontres d'affaires B to B ont été organisées au profit de la délégation algérienne auxquelles ont pris part plus de 200 professionnels indonésiens de tous les secteurs d'activité. Cette première participation a été couronnée par la signature de deux mémorandums d'entente de coopération entre la Chambre de Commerce et d'Industrie Ziban et l'Association des Maires de l'Indonésie « APKASI » d'une part, et avec l'Association des jeunes entrepreneurs Indonésiens, notamment dans les secteurs du BTPH, des services, de la technologie, de l'industrie et des PME-PMI, d'autre part.

82^{ÈME} EDITION DE LA FOIRE EUROPÉENNE : L'ALGÉRIE EN VEDETTE À STRASBOURG

Toujours dans l'optique d'accompagner au mieux les entreprises algériennes à l'international, l'Agence veille rigoureusement à participer aux manifestations économiques inscrites annuellement au programme officiel de participation de l'Algérie aux différents Foires et Salons, (www.algex.dz) dans le but d'inciter, d'encourager et de soutenir les entreprises à participer à ces manifestations spécialisées à l'étranger. La préoccupation majeure de l'Agence est de mettre à la disposition de l'opérateur toutes informations utiles concernant ces manifestations : les potentialités des marchés étrangers (Fiches marchés), les réglementations douanière et fiscale des pays étrangers

et surtout l'application du Fonds Spécial pour la Promotion des Exportations (FSPE).

Afin de favoriser la participation d'un plus grand nombre d'entreprises algériennes aux Foires et Salons, Algex les aide à prospecter de nouveaux marchés (Analyse Prospection Marché -APM) et à accéder à des études de marché. Ces études les aident à mieux connaître les produits concurrents, à trouver des clients, à découvrir des savoir-faire, de nouvelles technologies, des distributeurs, des partenaires etc.

Dans le cadre de la mise en œuvre du programme officiel de participation aux manifestations économiques à l'étranger pour l'année 2014, l'Algérie a participé à différents Foires et Salons. (voir tableau)

L'OBJECTIF PRINCIPAL D'ALGEX EST D'ACCOMPAGNER LES EFFORTS DES OPÉRATEURS ÉCONOMIQUES, À L'INTÉRIEUR DU PAYS ET À L'ÉTRANGER, POUR LA PROMOTION ET LE DÉVELOPPEMENT DES RELATIONS ÉCONOMIQUES ET COMMERCIALES.

En définitive, la mission d'Algex en matière d'accompagnement est de répondre aux préoccupations de l'opérateur dans ses participations aux manifestations internationales en mettant à sa disposition toutes les informations utiles. Ils s'agit, avant tout, de l'encourager, c'est-à-dire de l'aider à intégrer peu à peu l'idée d'oser l'international. ■

CHUTE DES COURS DES HYDROCARBURES

LE COMMERCE EXTÉRIEUR AU CŒUR DES PRIORITÉS DU GOUVERNEMENT



Le palais du gouvernement

Les échanges commerciaux de l'Algérie avec le monde ont augmenté de 3% au cours des trois premiers trimestres de l'année 2014, comparativement à la même période de l'exercice précédent. L'équilibre de la balance commerciale reste fragile, parce que fortement dépendant des fluctuations des cours des matières premières, notamment les hydrocarbures à l'export et les produits de base à l'import. C'est pourquoi la chute persistante des cours des prix des hydrocarbures ont placé l'économie nationale en général et le commerce extérieur en particulier au cœur du débat public et des priorités du gouvernement. Ci-après une photographie de l'état du commerce extérieur tel qu'il a été enregistré au cours des trois premiers trimestres de l'exercice écoulé.

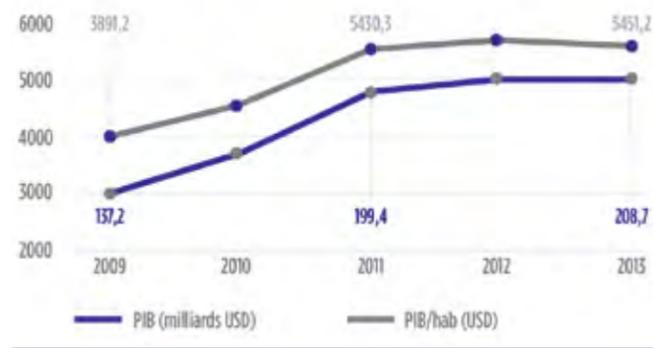
POPULATION : QUELQUES DONNÉES DE BASE

39 MILLIONS D'HABITANTS en Juin 2014
avec un taux d'emploi de **37,5%**

Prévision 2019: 43 MILLIONS D'HABITANTS

Structure de l'emploi, par secteur d'activité :

Commerce et services : **61,4%**
BTP : **16,5%**
Industrie : **12,6%**
Agriculture : **9,5%**



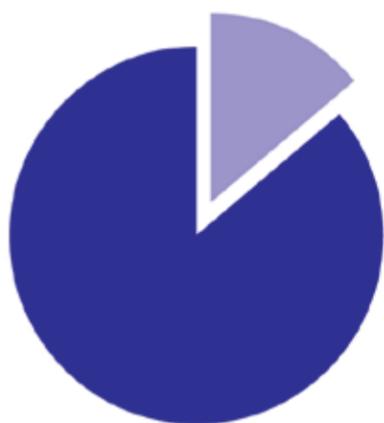
LA VALEUR AJOUTÉE

STRUCTURE DE LA VALEUR AJOUTÉE POUR L'ANNÉE 2013



BTPH YC STTP **11%**
 AGRICULTURE **11%**
 INDUSTRIE **5%**
 SERVICES NON MARCHANDS **16%**
 SERVICES MARCHANDS **25%**
 HYDROCARBURE **32%**

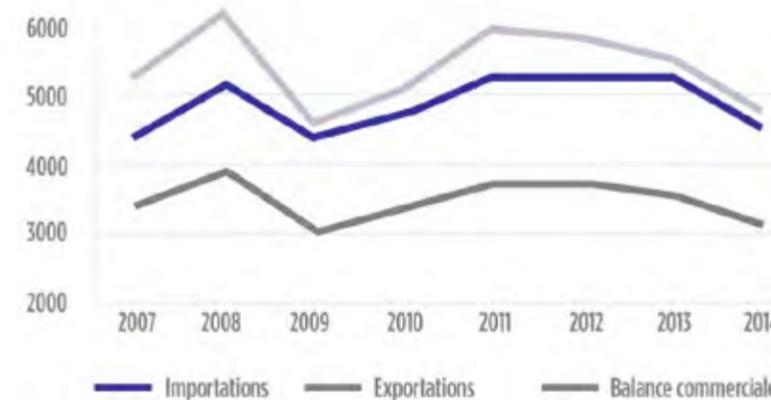
STRUCTURE DE LA VALEUR AJOUTÉE HORS HYDROCARBURES PAR SECTEUR JURIDIQUE



PUBLIC **14%**
 PRIVÉ **86%**

COMMERCE EXTÉRIEUR DE L'ALGERIE

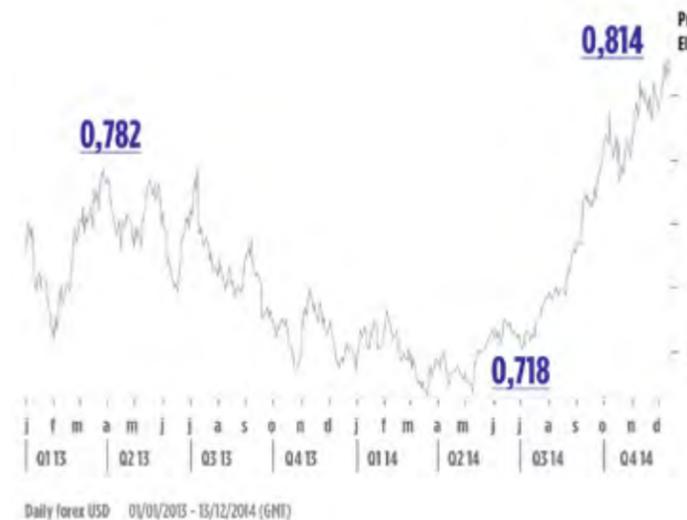
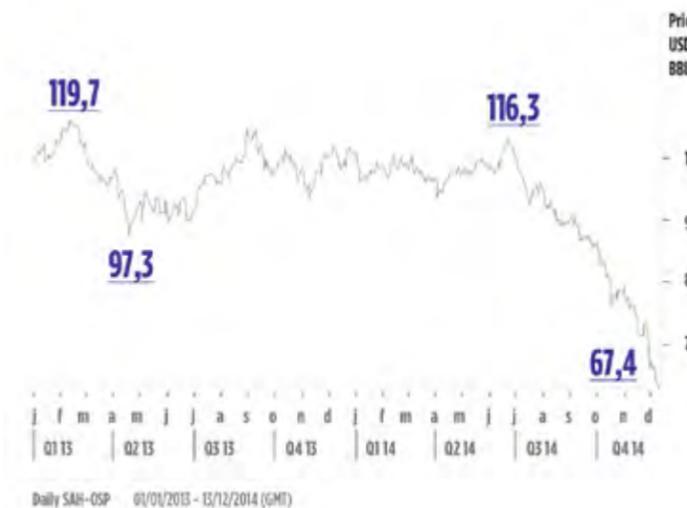
Les échanges commerciaux de l'Algérie avec le monde ont enregistré, durant les neuf mois 2014, plus de 93 milliards USD contre 90 milliards USD durant la même période de 2013. Les échanges se sont accrus de 3 %, correspondant à une hausse de 1,44 % des exportations et de 4,55 % des importations.



Après l'excédent de la balance extérieure en 2013, pour la quatrième année consécutive suivant le déficit de 2009, la régression de 18,26% durant les neuf mois 2014 confirme la vulnérabilité de celle-ci à toute contreperformance des exportations d'hydrocarbures induite par l'amenuisement des cours du pétrole conjuguée à une hausse en quantité des importations amortie en valeur par une dépréciation de l'Euro face au dollar.

Il est à rappeler que les exportations sont libellées en dollars et les importations en Euros.

La balance commerciale de l'Algérie demeure fragilisée car elle dépend de la conjoncture internationale des matières premières, à l'export pour les hydrocarbures et à l'import pour les produits de base. La courbe de la balance commerciale (graphe n°1) présente un profil similaire à celui des exportations, avec une chute plus accentuée pour l'année 2009, marquée par la baisse du baril de pétrole et une nette ascension des importations

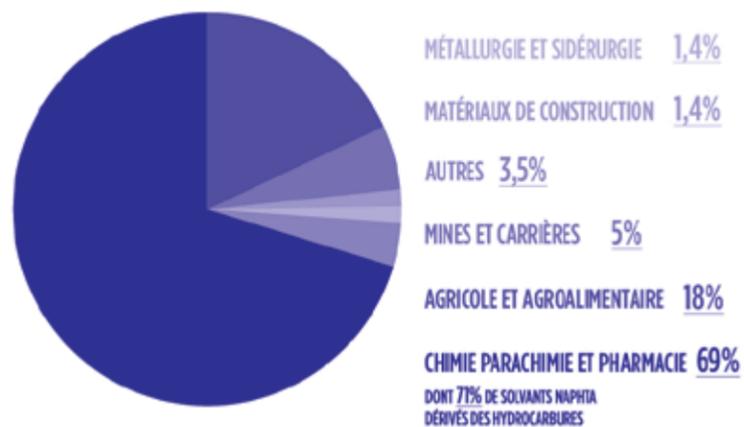


Hors-hydrocarbures, les exportations ont marqué une hausse de 32 %, enregistrant une valeur de 2,05 milliards USD mais ne représentent désormais que 4,17 % des exportations globales de l'Algérie, bien que la diversification des exportations reste un gage de stabilité des recettes en devises.

ÉVOLUTION DE LA BALANCE COMMERCIALE DE L'ALGÉRIE

	2011	2012	2013	9 MOIS DE 2013	9 MOIS DE 2014
EXPORTATIONS	73 489	71 866	65 917	48 534	49 234
	+29 %	-2,27 %	-8,3 %		+1,4 %
DONT HORS HYDROCARBURES	2 062	2 062	2 165	1 557	2 052
	+35 %	+0 %	+5 %		+31,8%
IMPORTATIONS	47 247	50 376	54 852	41 930	43 836
	+17 %	+6,62 %	+9 %		+4,5%
SOLDE	26 242	21 065	11 065	6 604	5 398
	+58 %	-20 %	-49 %		- 18,26%
TAUX DE COUVERTURE	156 %	143 %	120 %	115,7 %	112,3 %
TAUX DE COUVERTURE HORS HYDROCARBURES	2,81 %	4,1 %	3,95 %	3,71 %	4,68 %

RÉPARTITION DES EXPORTATIONS HH PAR SECTEUR



Par secteurs, la ventilation des exportations hors hydrocarbures démarque la prépondérance du secteur de la parachimie à hauteur de 69%, secondé par l'agricole et agroalimentaire 18%, puis les mines et carrières 5%

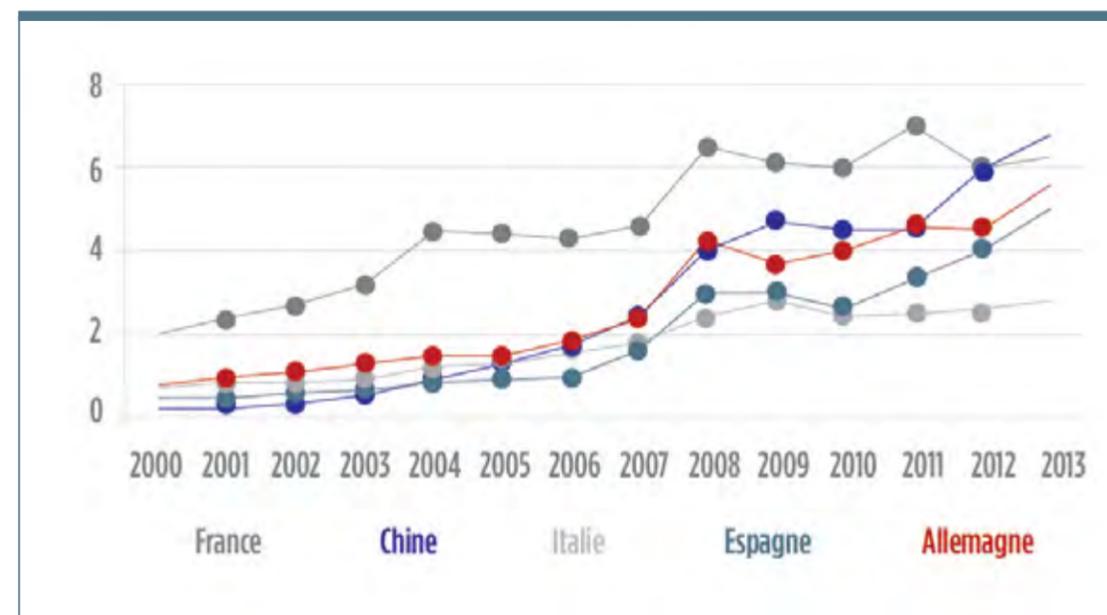
Dans une mesure moindre deux secteurs se dégagent ; il s'agit des matériaux de construction et la métallurgie sidérurgie.

Concernant le secteur de la parachimie, 71% des produits exportés sont des solvants naphta (dérivés des hydrocarbures).

PRINCIPAUX PRODUITS HORS HYDROCARBURES ECHANGES PAR L'ALGERIE DURANT LES NEUF PREMIERS MOIS 2014

EXPORT	PART%	EVOL%	VALEUR	IMPORT	PART%	EVOL%	VALEUR
SOLVANTS-NAPHTA	39,7	8,41	814,5	VOITURES DE TOURISME	2 365,5	-24,6	5,4
AMMONIAC	20,5	90,92	421,7	FROMENT (BLÉ) ET MÉTEIL	1 838,8	8,4	4,2
ENGRAIS	11,5	1 313,3	235,3	VÉHICULES AUTOMOBILES POUR	1 578,2	-6,5	3,6
SUCRE	7,8	-22,2	160,6	LE TRANSPORT DE MARCHANDISES			
PHOSPHATES	3,6	-4,6	74,1	MÉDICAMENTS	1 519,8	20,3	3,5
ISOMÈRES DE XYLÈNE	2,5	-	51,6	LAIT EN POUFRE	1 518	96	3,5
MÉTHANOL	2,3	107,3	48,2	BARRES DE FER OU EN ACIERS	1 399,7	-6,7	3,2
HÉLIUM	2,04	68,9	42	TURBINES À GAZ ET LEURS PARTIES	1 283,9	21,8	2,9
DATTES	1,4	34,3	28	APPAREILS ÉLECTRIQUES POUR	780	39	1,8
BENZÈNE	1,2	-	25	LA TÉLÉPHONIE			
VERRE PLAT ET TREMPÉ	0,7	-16	14	MAÏS	766,8	15,4	1,7
EAUX MINÉRALES	0,5	-53	11,4	TOURTEAUX ET RÉSIDUS	738,4	25	1,7
ET GAZÉIFIÉES				D'HUILE DE SOJA			
CUIRS ET PEAUX TANNÉS	0,5	71	9,2	GAZ OILS	688,8	-60	1,6
OU EN CROÛTE DE BOVINS	0,4	-29,8	8	TUBES, TUYAUX ET PROFILÉS,	653,4	32,2	1,5
FONTES BRUTES NON ALLIÉES				EN FER OU EN ACIERS			
PEAUX TANNÉES EN CROÛTE	0,4	-10,6	7,4	SUCRE	642,3	-9,7	1,5
D'OIVINS				BOIS	552,3	13,3	1,3
OUVRAGES EN PLÂTRE	0,3	59,7	7	MICRO-ORDINATEURS ET	517,3	51,4	1,2
BEURRE DE CACAO	0,3	48,1	6	LEURS PARTIES			
				PRODUITS LAMINÉS PLATS	514,5	15	1,2
				ESSENCE SUPER	508,4	-51,2	1,1
SOUS-TOTAL	95,70	38,7	1 964	SOUS-TOTAL	17 866	-1,75	40,76

FOURNISSEURS DE L'ALGÉRIE



ÉVALUATION DES ACCORDS DE LIBRE ÉCHANGE Partie détaillée dans les rapports portant sur l'évaluation des accords GZALE, disponibles à ALGEX

ALGÉRIE / UE	9 MOIS DE 2013	9 MOIS DE 2014	PART% ALGÉRIE	TAUX DE CROISSANCE
EXPORTATIONS TOTALE UE	30 610	30 946	62,3	1,1
EXPORTATIONS HH	1 171,35	1 676,34	81,7	43,11
IMPORTATIONS	21 831	22 510	51,35	3,13
	9 MOIS DE 2013	9 MOIS DE 2014	PART% UE	TAUX DE CROISSANCE
EXPORTATIONS INDUSTRIE	1 073,8	1 607,35	96	49,69
EXPORTATIONS AGRICULTURE	94,5	64,61	34	-31,63
EXPORTATIONS PÊCHE	3,05	4,37	87	43,28
IMPORTATIONS INDUSTRIE	18 426,51	18 590,94	83	0,9
IMPORTATIONS AGRICULTURE	2 520,57	3 900,16	42,38	54,73
IMPORTATIONS PÊCHE	10,09	18,86	0,09	87
ALGÉRIE / GZALE	9 MOIS DE 2013	9 MOIS DE 2014	PART% ALGÉRIE	TAUX DE CROISSANCE
EXP TOTALE GZALE	2593,6	3121,1	6,5	20,34
EXP HH GZALE	215,18	189,4	9,23	-11,97
IMPORTATIONS	2663,18	1916,56	4,37	-28,03
	9 MOIS DE 2013	9 MOIS DE 2014	PART% GZALE	TAUX DE CROISSANCE
EXPORTATIONS INDUSTRIE	77,31	66,52	35,12	-13,96
EXPORTATIONS AGRICULTURE	136,30	122,26	64,54	-10,30
EXPORTATIONS PÊCHE	1,57	0,65	0,34	-58,46
IMPORTATIONS INDUSTRIE	2495,64	1714,99	89,48	-31,28
IMPORTATIONS AGRICULTURE	163,16	194,74	10,16	19,35
IMPORTATIONS PÊCHE	4,38	6,83	0,36	55,96

PROGRAMME DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACCORD D'ASSOCIATION AVEC L'UE
L'UNION EUROPÉENNE COMME RÉFÉRENCE

Le Programme de mise en œuvre de l'Accord d'Association avec l'Union européenne (P3A), qui entre dans sa 3ème phase quadriennale, est doté d'un budget de 36 millions d'euros dont 35 de contribution de l'UE et dont 5 sont dédiés à un projet d'assistance technique concernant la surveillance des produits susceptibles de comporter des risques pour le consommateur. Bien que le Directeur National du Programme soit nommé par le ministre du Commerce, le P3A est ouvert à toutes les institutions du pays et n'est pas au service exclusif du ministère de tutelle. Faisons donc plus ample connaissance avec ce Programme peu connu du grand public.



Dans un passé récent le Ministère du Commerce a bénéficié d'un programme d'Appui à la Facilitation du Commerce (2009 à 2011 - FACICO) ainsi que d'un jumelage institutionnel portant sur la « mise en œuvre efficiente des règles de concurrence (2010 et 2012) ». Au titre du P3A, plusieurs actions de moindre envergure ont aussi été organisées, surtout au profit du CACQE et de la CACI (notamment des visites de laboratoire/organismes de certification). Parmi les développements en cours, un jumelage de 24 mois a débuté en mai 2014 entre ALGEX et UBIFRANCE. Au terme de ce jumelage ALGEX produira des études et des enquêtes plus fines. Ceci donnera une meilleure visibilité aux décideurs du Ministère du Commerce et au Gouvernement. ALGEX offrira en même temps des données pertinentes actualisées en permanence, aux candidats à l'export. Les ressources qui sont mises en œuvre relèvent de trois axes d'intervention :

- △ Déploiement, au sein d'ALGEX, d'une fonction d'intelligence économique.
- △ Modernisation des banques de données
- △ Appui au Centre d'Information Commerciale ALGEX pour qu'il se transforme en « maison des exportateurs »

Les demandes en provenance du ministère du Commerce se focalisent actuellement sur le renforcement de la capacité des laboratoires du CACQE pour conduire certains types d'analyses (par exemple les résidus d'antibiotiques dans les viandes) ou des examens de conformité (appareils à gaz).

Les CCI témoignent un intérêt particulier sur l'analyse de filières de production dans leur ressort, telle la Chambre de commerce et d'industrie de Mostaganem qui a bénéficié d'une étude pratique sur le diagnostic et l'évaluation du potentiel à l'export de la pomme de terre. D'autres besoins du Ministère du Commerce ont été formulés de façon éparse. Il convient de les recadrer dans la stratégie du Ministère. À brève échéance, il est prévu :

- △ Un projet de jumelage de 24 mois pour appuyer le dispositif de collecte, d'analyse et de promotion de l'information pour la protection des consommateurs.
- △ Une formation de 10 jours sur la mise en œuvre de mesures de défense commerciale compatibles avec l'Organisation Mondiale du Commerce »
- △ Le lancement d'un appel d'offres pour l'attribution du marché de services concernant l'Appui Spécifique à la Surveillance et l'Encadrement du Marché (PASSEM), contrat qui devrait démarrer fin juin 2015.

La philosophie de ce projet s'inspirera fortement de l'organisation mise en œuvre dans l'Union européenne, pour détecter les produits qui posent un problème de sécurité pour les consommateurs et les retirer du marché avec l'implication des opérateurs économiques. Le contexte devrait être une administration moins intrusive dans la vie des entreprises de bonne foi et un rôle de conseil dévolu à l'administration avant toute décision répressive. ■

IL INTERVIENT DANS DES DOMAINES
NOMBREUX ET DIVERS

LE P3A : POUR UNE MEILLEURE GOUVERNANCE ÉCONOMIQUE



Le P3A prodigue ses conseils à toutes sortes d'institutions et d'entreprises

L'UE finance depuis 2007 un Programme d'Appui à la mise en œuvre de l'Accord d'Association (P3A). Ce programme est conçu pour appuyer l'administration algérienne et toutes les institutions contribuant à la mise en œuvre de l'Accord d'Association (AA), en apportant à celles-ci l'expertise et les outils de travail nécessaires à la réalisation des objectifs de l'Accord.

La Convention de Financement (CF) du P3A a été signée le 17 décembre 2007 entre les représentants de la République Démocratique et Populaire d'Algérie, représentée par les Ministres des Affaires Étrangères et du Commerce, d'une part, et la Commission européenne (CE). Selon les Dispositions Techniques et Administratives (DTA) annexées à la Convention de Financement « le Programme a pour Objectif Spécifique d'appuyer l'administration et toutes les institutions publiques algériennes contribuant à la mise en œuvre de l'AA en apportant à celles-ci l'expertise, l'assistance technique et les outils de travail nécessaires à la réalisation des objectifs et au respect des obligations fixés dans l'AA.

LES PRINCIPAUX RÉSULTATS ATTENDUS DU P3A

- △ Le rapprochement du cadre législatif et réglementaire algérien avec celui de l'UE afin de favoriser le processus de réforme dans les principaux domaines couverts par l'AA;
- △ Le renforcement du partenariat entre les institutions algériennes et européennes par l'identification et la mise en œuvre de nouveaux créneaux de coopération économique, sociale et technique;
- △ Le renforcement des capacités administratives des administrations algériennes bénéficiaires et de leurs capacités d'intervention dans leur domaine respectif;
- △ L'analyse des difficultés (notamment sociales) auxquelles doit faire face le processus de mise en œuvre de l'AA et la formulation de propositions de solutions à ces difficultés;
- △ La diffusion des informations utiles à la mobilisation et à la participation de toutes les instances pertinentes pour une mise en application harmonieuse de l'AA. »

Les Dispositions Techniques et Administratives précisent également que le P3A étant un programme cadre, les résultats attendus du P3A, assortis d'indicateurs objectivement vérifiables, seront définis dans des Plans Opérationnels Annuels (POA) pour chacun des projets admis au financement.

Dans ce contexte, un premier programme (P3AI), doté d'un budget de 10 millions d'euros et ciblant prioritairement les volets économiques et commerciaux de l'Accord d'Association a été mis en œuvre sur la période 2008 – 2012. Un deuxième programme (P3AII) doté d'un budget de 29 millions d'euros a démarré en mars 2011 pour une durée de 4 ans. Le P3AII a élargi la coopération à de nouveaux secteurs tels que la pêche, l'agriculture, la justice, les transports (aviation civile) ainsi que la gestion des finances publiques pour laquelle un appui spécifique de 5 millions d'euros a été octroyé. Un troisième programme (P3AIII) doté d'un budget de 36 millions d'euros, a démarré pour une durée de quatre ans.

En outre le Ministère des Affaires Étrangères (MAE) a confié à l'UGP la gestion technique du nouveau Programme d'Appui à la Gouvernance Politique et Économique de l'Algérie (SPRING). SPRING, dont la logique d'approche est transversale, couvre trois domaines d'intervention : 1. la gouvernance politique; 2. la gouvernance économique; 3. la communication – les médias – la transparence.

Son budget est de 12,45 millions d'euros (10 UE – 2,45 Algérie). Sa date d'effet est le 19 décembre 2013. Après un long retard, Spring est dans sa phase de lancement. L'objectif de SPRING est de contribuer à la mise en œuvre des initiatives prises et des actions facilitées par le gouvernement pour une ouverture vers une gouvernance démocratique plus participative et inclusive en Algérie.

Les activités du P3A sont exécutées sur la base de devis-programmes (DP) annuels préparés par l'Unité de Gestion du Programme (UGP) en concertation avec les bénéficiaires puis approuvés par les autorités de tutelle. Chaque devis-programme définit le programme d'activité de la période concernée, le budget nécessaire, le plan de financement et les dispositions techniques et administratives pour la mise en œuvre de ces activités.

Depuis son démarrage, les interventions du P3A ont inclus, sur fonds du P3A, des jumelages, des actions ponctuelles et un appui spécifique à la gestion des finances publiques. Sur fonds complémentaires les interventions de l'équipe de gestion du P3A ont concerné des actions TAIEX, des actions SIGMA et à l'avenir le nouveau programme SPRING qui lui-même pourra mobiliser toute la panoplie d'outils déjà utilisés par le P3A : jumelages, TAIEX, SIGMA, appuis spécifiques, etc.

DES ACTIONS DE GRANDE PORTÉE

Le champ d'intervention du P3A en termes de types d'outils utilisés et de secteurs couverts est très vaste.

Jumelages : Les activités de jumelage du P3A dans son ensemble (toutes phases confondues, tous niveaux d'élaboration confondus) couvrent près de 30 secteurs d'activité pour le compte de 16 ministères.

L'analyse des jumelages retenus pour les 3 phases du P3A par rapport aux domaines d'intervention de l'Accord d'Association fait ressortir les principaux constats.

P3AI / P3AII : sur les 14 jumelages réalisés ou en cours 13 se rattachent au domaine de la coopération économique. Leur objectif principal se rattache :

- △ Le commerce : jumelages ALGEX et CNC.
- △ L'environnement : jumelage ADE (classé dans le secteur « Environnement. Projet dans le domaine de l'eau »)
- △ La normalisation et l'évaluation de la conformité : jumelages ACAA et ALGERAC
- △ Les services financiers : jumelages DGI
- △ L'agriculture et la pêche : les jumelages INRAA, IGAO, CNRDP
- △ Le transport : jumelage DACM
- △ Le tourisme et l'artisanat : jumelage ANART.
- △ La coopération en matière de protection du consommateur : jumelages DSV et INMV,
- △ La justice : jumelage CRJJ.

En résumé les cinq jumelages du P3AI couvrent un seul domaine, celui de la coopération économique inscrit dans l'AA, et cinq secteurs (commerce, environnement, normalisation, finance, artisanat).



Le P3A au service de l'agriculture

En phase II les jumelages ont été étendus à un nouveau domaine, la justice et les affaires intérieures, et à quatre nouveaux secteurs de l'AA (agriculture et pêche, transport, protection du consommateur, justice).

Le P3AIII a considérablement étendu le champ des secteurs considérés. Les huit nouveaux secteurs sont la communication, l'éducation, l'énergie, l'industrie, les postes et télécom, la sécurité, les statistiques, et les travaux publics.

Cela place l'Algérie à un niveau similaire aux deux autres pays du Maghreb (Maroc et Tunisie) alors que ceux-ci connaissent cet instrument depuis beaucoup plus longtemps.

TAIEX

Sur l'ensemble des 134 requêtes pour des missions TAIEX¹ devant avoir lieu en Algérie, soumises par l'UGP² à la CE à Bruxelles depuis le démarrage du P3A, 12 seulement ont été rejetées comme non pertinentes, essentiellement pour doublons avec les futurs jumelages (CRJJ, CREG, INMV) ou sur des sujets ni harmonisés ni réglementés au niveau européen. Dix d'entre elles ont été annulées par la CE et/ou les bénéficiaires. 80 d'entre elles ont déjà été réalisées.

1 Situation globale depuis le début du P3AI, source tableau de bord TAIEX tenu par l'UGP, au 15 mai 2014

2 Le directeur de l'UGP du P3A est le représentant de TAIEX et SIGMA en Algérie

3 Données au 15 mai 2014, source UGP.

SIGMA

Deux actions ont été menées d'avril 2012 à décembre 2013, l'une concernant le développement de la Fonction Publique à la Direction Générale de la Fonction Publique et l'autre concernant une revue par les pairs de la Cour des Comptes (CC). Ces actions seront prolongées en 2014 pour assurer le plan de développement stratégique CC.

Actions ponctuelles : Sur 46 actions ponctuelles envisagées depuis le démarrage du P3A, 37 ont été mises en œuvre (27 réalisées, 3 en cours de réalisation et 7 en attente de réalisation) tandis que 9 ont été annulées, rejetées ou reportées³.

Le secteur d'intervention d'une action du P3A est une donnée très importante. L'AA délimite un certain nombre de secteurs (et domaines) d'intervention entrant dans son cadre. Bien que le nombre de secteurs couverts par les jumelages soit passé de 5 à 10 entre le P3AI et le P3AII, tous les jumelages passés ou en cours sont liés au domaine de la Coopération Économique excepté le jumelage CRJJ dans le domaine de la Justice. En ce qui concerne l'ensemble des actions, le nombre de domaines est passé de 1 à 2 et les secteurs de 16 à 27.

Dans le cadre du P3AIII, le nombre de domaines couverts par les actions du P3A passera de 2 à 3 et le nombre de secteurs de 27 à 28, ce dernier correspondant à la participation démocratique et société civile (PDSC) du programme SPRING. Pour les jumelages, le nombre de secteurs est passé de 10 à 14. ■

LE P3A : UNE EVALUATION POSITIVE

L'évaluation du Programme P3A a considéré que sa mise en œuvre est satisfaisante, tout comme son efficacité par rapport à la réalisation des résultats indiqués dans le cadre logique. L'impact du programme global est très satisfaisant et celui des actions détaillées (jumelages, TAIEX et actions ponctuelles) est également très satisfaisant. La durabilité du programme global est de ce fait une réalité probante et celle des actions détaillées est jugée très satisfaisante.



Séminaire de jumelage organisé par P3A pour la promotion des produits agricoles



Programme d'Appui à la mise en œuvre de l'Accord d'Association

Le P3A est le principal programme d'appui à la mise en œuvre de l'Accord d'Association.

Il a été conçu par les deux parties pour mobiliser un ensemble d'outils qui avaient déjà été bien rodés dans le cadre de la politique de voisinage, pour préparer les pays candidats à l'entrée dans l'Union Européenne : jumelages, TAIEX, SIGMA, actions ponctuelles, etc. Ces outils ont fait leurs preuves.

Bien que l'Algérie ne soit pas candidate à l'entrée dans l'UE, la démarche de rapprochement euro-algérienne est similaire à celle poursuivie dans le cadre de l'intégration européenne.

Il s'agit essentiellement d'harmoniser autant que possible les normes des deux parties, dans les domaines législatif, réglementaire, commercial, économique, social, sécuritaire, de gouvernance, etc., afin de progressivement faciliter les échanges et la libre circulation des biens, des services, des personnes, tout en préservant les intérêts et les particularités propres à chacun des partenaires.

Le montage du P3A qui, dans le cadre de ses activités contribue à :

- △ améliorer la coopération économique (ANART, ALGEX, IGAO, INRAA, CNRDPA)
- △ progresser sur les normes et la conformité (ACAA, ALGERAC)
- △ améliorer la protection du consommateur (ADE, INSV, DSV, CNC, DASM, DGI)
- △ améliorer le domaine de la Justice (CRJJ),

Il répond parfaitement aux besoins de l'administration algérienne pour la mise en œuvre de l'AA.

Cette pertinence a été soulignée tant par le Ministère des Affaires Etrangères que par le Ministère du Commerce, et systématiquement soulignée également par toutes les administrations bénéficiaires rencontrées, sans exception.

L'EXCELLENT TRAVAIL DE SENSIBILISATION DE L'ADMINISTRATION INITIÉ DANS LE CADRE DU P3AI ET POURSUIVI SANS RELÂCHE PAR L'UGP A PERMIS LA PARTICIPATION D'UN GRAND NOMBRE DE BÉNÉFICIAIRES.

LE P3A : UNE RÉELLE VALEUR AJOUTÉE

Il existe une étroite correspondance entre les domaines couverts par l'AA et par la Feuille de route d'une part, et les 9 jumelages terminés (P3AI) ou en cours (P3AII) du P3A.

Au-delà de l'approche fondée sur la demande, qui a permis de toucher un maximum de bénéficiaires et fait connaître les outils jumelage/TAIEX au sein de l'administration algérienne au point d'en faire la « championne » du Maghreb (11 jumelages en préparation, contre 9 pour le Maroc et 3 pour la Tunisie), il faut envisager pour l'avenir une approche plus sectorielle. Il est bien sûr difficile de revenir sur des projets déjà

très avancés, mais néanmoins certaines leçons peuvent être prises en compte, notamment la difficulté des jumelages dans le cas des actions qui impliquent un grand nombre d'acteurs (CRJJ, CNRDPA).

Le P3A répond aux besoins des administrations concernées par la mise en œuvre de l'Accord d'Association et associe toutes les parties impliquées.

Il a volontairement été conçu pour répondre à des demandes en provenance d'administrations concernées par la mise en œuvre de l'AA, correspondant précisément à leurs besoins. Les matières à cibler dans chacun des secteurs retenus pour les jumelages ont été choisies par les bénéficiaires avec l'appui de l'UGP.

L'excellent travail de sensibilisation de l'administration initié dans le cadre du P3AI et poursuivi sans relâche par l'UGP a permis la participation d'un grand nombre de bénéficiaires. La formation continue des points focaux dans chaque ministère assure la pérennisation de cette synergie étroite entre toutes les parties. ■

PÉRENNITÉ ASSURÉE POUR LES ACTIONS RÉALISÉES

En règle générale, le programme a été bien intégré et absorbé dans les structures nationales, grâce à un ensemble de facteurs favorables qui sont les suivants :

- △ Le montage du programme qui a mis en place un solide réseau liant les services intéressés des structures nationales, les points focaux au sein des ministères, l'UGP, la délégation de l'UE en Algérie ;
- △ La constitution d'équipes solides mixtes (euro-algériennes) pour chaque action mise en œuvre (par exemple, pour un jumelage, le Directeur National, le CRJ, le Directeur EM, le point focal) qui ont œuvré en étroite collaboration ;
- △ La forte motivation de la part des techniciens des ministères à recevoir des appuis du P3A ;
- △ L'esprit de saine compétition qui s'est instauré entre les structures nationales pour gagner des projets ou actions financées par le P3A ;
- △ Les rapprochements opérés dans le cadre du programme entre les administrations bénéficiaires et leurs structures de tutelle ;
- △ Le temps suffisamment long de la phase préparatoire qui précède la mise en œuvre de toute action (et particulièrement le jumelage) qui a permis aux administrations bénéficiaires de bien se préparer à l'action ;
- △ Le fait que les actions étaient toutes ciblées sur des thèmes répondant effectivement à une demande clairement identifiée de la part de l'administration bénéficiaire. Tous ces facteurs favorables ont fait que la très grande majorité des actions du programme ont été bien intégrées par les structures et donc permettront d'assurer la pérennité de leurs résultats.



La Grand-Poste : monument architectural et antre des TIC

DOSSIER

REGISTRE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE, CONVENTION CNRC-CHAMBRE NATIONALE DES NOTAIRES... DÉMATÉRIALISER, C'EST DÉBUREAUCRATISER

Le secteur du commerce a mis en œuvre un projet de modernisation progressive de ses structures et des opérations de gestion et de contrôle, en vue d'en augmenter l'efficacité et d'élever le niveau de sécurité des services offerts et des documents fournis.

Le Centre National du Registre du Commerce est à l'avant-garde de cette démarche de modernisation, qui prend parfois des contours d'une révolution, en mettant à profit et en exploitant au mieux les opportunités offertes par les nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Depuis plusieurs années déjà, en parfaite symbiose avec les orientations et le programme du gouvernement, cette institution a entrepris de simplifier au maximum les procédures administratives d'inscription au registre du commerce, étape décisive dans tout acte d'investissement ou de création d'entreprise.

Avec la création du portail Sidjilcom et l'avènement du registre du commerce électronique en 2014, le CNRC entre de plain-pied dans l'ère de la modernité et de la dématérialisation des documents. La mise en œuvre, le 03 février dernier, de la convention qui permet aux notaires d'accéder rapidement aux informations nécessaires aux créateurs d'entreprises et de réaliser nombre d'opérations en ligne au profit de ces derniers, génère des économies substantielles en temps et en argent, et vient confirmer la détermination du secteur à se mettre au niveau de ce qui se fait de mieux dans les pays les plus avancés.

Dans les pages qui suivent, nous en saurons plus sur ces nouveautés et leur impact sur la relance économique à travers, notamment, la débureaucratiation et la transparence induites, et nous aurons une meilleure idée sur les réalisations et les ambitions du CNRC. Bref, nous connaissons un peu mieux cette institution au cœur du dispositif de relance de l'économie par l'investissement productif.

MISE EN ŒUVRE DE LA CONVENTION CNRC-CHAMBRE NATIONALE DES NOTAIRES L'e-GOUVERNANCE EN PERSPECTIVE

Le 03 février 2015 a eu lieu, à l'hôtel Hilton d'Alger, la cérémonie officielle de signature du protocole de mise en œuvre de la convention signée en juillet 2013 entre le CNRC et la Chambre Nationale des Notaires, portant sur les modalités de prise en charge par les notaires de procédures liées à l'inscription au registre du commerce pour le compte des investisseurs et des créateurs d'entreprises. Il s'agit de la concrétisation d'une recommandation exprimée en 2013 par le groupe de travail « Doing Business » et, peut-être, un premier jalon dans le chemin vers l'e-gouvernance.



Signature de la convention : sous l'œil du ministre

La cérémonie, qui s'est déroulée en présence du ministre du Commerce et des représentants respectifs des ministres de la Justice et de l'Industrie et des Mines, a commencé à neuf heures, avec une allocution de bienvenue prononcée par le directeur général du Centre National du Registre du Commerce. La parole a été donnée immédiatement après au ministre du Commerce, Amara Benyounes, qui

souignera, en particulier, que « cette convention constitue la consécration d'une recommandation du gouvernement à travers le groupe de travail « Doing Business » institué en mars 2013, avec pour objectif l'amélioration du climat des affaires en Algérie, notamment par la facilitation du processus de création d'entreprises qui constitue un levier important de la relance économique. »

L'AMÉLIORATION DU CLIMAT DES
AFFAIRES EN ALGÉRIE, NOTAMMENT
PAR LA FACILITATION DU PROCESSUS DE
CRÉATION D'ENTREPRISES, CONSTITUE
UN LEVIER IMPORTANT DE LA RELANCE
ÉCONOMIQUE.

(Voir le texte intégral de l'allocution). Ce fut ensuite au tour du représentant du ministre de la Justice, Garde des sceaux, du représentant du ministre de l'Industrie et des mines et du président de la Chambre Nationale des Notaires de saluer unanimement l'initiative et d'en souligner la portée.

La directrice des services informatiques du CNRC, Meriem Abdellaoui, a, pour sa part, présenté un exposé didactique sur la mise en œuvre de la convention. En termes d'objectifs, la convention vise la facilitation des procédures de création d'entreprises, la création d'un canal privilégié reliant le CNRC et le notaire pour l'enregistrement des dénominations, l'insertion d'avis au



Ministre du commerce : un discours très attendu.



Après la signature de la convention, la photo souvenir.

Bulletin Officiel des Annonces Légales, la demande d'informations au profit des créateurs d'entreprises et l'utilisation des nouvelles technologies pour optimiser le temps de traitement des dossiers. Ses avantages sont multiples aussi bien pour l'entrepreneur que pour le CNRC. Ils se résument en un gain de temps de 48 heures environ, un mode opératoire simple et transparent qui élimine les aspects bureaucratiques, une réduction des coûts indirects, notamment ceux liés aux nombreux déplacements nécessaires dans le passé, et la modernisation des outils de gestion de l'administration algérienne qui participe, ainsi, à l'édification du socle de l'e-gouvernance. Le procédé de gestion projeté dans la convention s'appuie sur des échanges électroniques par le biais du réseau internet et la communication d'informations au format numérique en utilisant le portail Sidjilcom du CNRC.

Le notaire dispose d'un accès sécurisé et privilégié au portail, pouvant ainsi réaliser de nombreux services en ligne et consulter toutes les banques de données du CNRC, en particulier le répertoire des commerçants, la nomenclature

des activités économiques, les comptes sociaux des sociétés commerciales, le bulletin officiel des annonces légales, etc. Le paiement des prestations (services en ligne et consultations) par le notaire s'effectue moyennant la souscription d'un abonnement, selon des modalités convenues entre le CNRC et la Chambre Nationale des Notaires.

La mise en œuvre de la convention se fera en deux phases. La première est entrée en vigueur le 03 février et concerne un nombre restreint de 18 notaires. La seconde concernera l'ensemble des 1800 notaires installés sur le territoire national et se met en place de façon progressive depuis le mois de mars. La mise en œuvre de cette convention s'inscrit dans la même logique globale de modernisation des procédures de gestion qui a présidé à la finalisation, en 2014, du projet de registre du commerce électronique.

Après l'exposé de la directrice des services informatiques du CNRC, la cérémonie solennelle de signature des contrats d'exploitation du portail Sidjilcom par les notaires a commencé, sous l'œil visiblement satisfait du ministre du Commerce ■

LE PROCÉDÉ DE GESTION PROJETÉ DANS
LA CONVENTION S'APPUIE SUR DES
ÉCHANGES ÉLECTRONIQUES PAR
LE BIAIS DU RÉSEAU INTERNET
ET LA COMMUNICATION
D'INFORMATIONS AU FORMAT
NUMÉRIQUE EN UTILISANT
LE PORTAIL SIDJILCOM DU CNRC.

ALLOCUTION DU MINISTRE À L'OUVERTURE DE LA CÉRÉMONIE

« *La compétitivité et la transparence ont imposé cette convention* »

C'est un ministre visiblement enthousiaste qui s'est adressé aux parties concernées par la convention CNRC-Chambre Nationale des Notaires et aux invités présents, à l'occasion de la cérémonie consacrée à la signature solennelle du protocole de mise en œuvre de ladite convention. Lorsque, comme lui, on a mesuré le chemin parcouru, les efforts consentis, les résultats obtenus et les impacts escomptés, son enthousiasme est largement justifié. Ci-dessous l'intégralité de son intervention.



Amara Benyoune, ministre du commerce

C'est pour moi une agréable occasion d'être parmi vous aujourd'hui afin de procéder, en votre compagnie, au lancement officiel du nouveau dispositif prévu dans la convention qui a été conclue en 2013 entre le Centre National du Registre du Commerce et la Chambre Nationale des Notaires.

Cette convention constitue la consécration d'une des recommandations du gouvernement à travers le groupe de travail « Doing Business », institué en 2013, avec pour objectif l'amélioration du climat des affaires en Algérie, notamment par la facilitation du processus de création d'entreprises, qui constitue un levier important de la relance économique. »

Le lancement officiel du processus prévu dans cette convention donne, aujourd'hui, un réel motif de satisfaction. En premier lieu, je citerai les pouvoirs publics qui œuvrent inlassablement à l'allègement des formalités administratives, afin de créer un environnement souple et dynamique qui encourage l'investissement dans notre pays. Il y a ensuite les bénéficiaires directs que sont les créateurs d'entreprises et, de façon générale, les usagers du service public et tous les acteurs qui ont activé avec rigueur et abnégation pour la concrétisation de ce projet.

Je citerai de façon particulière les deux parties liées par cette convention : la Chambre Nationale des Notaires et le Centre National du Registre du Commerce. Il n'échappe à personne que le gouvernement a inscrit comme axe stratégique de son programme l'amélioration de la qualité du service public et l'instauration d'un environnement des affaires conforme aux standards internationaux. Cet objectif devient crucial

au regard de la conjoncture mondiale défavorable induite par la chute drastique des prix du pétrole et faisant de la diversification de l'économie algérienne un impératif dont il faut jeter les bases en priorité. Cependant, nous constatons depuis plusieurs années que les différents rapports annuels de la Banque Mondiale ne cessent de dégrader notre pays dans leurs classements, en dépit de tous les efforts fournis par les pouvoirs publics pour améliorer l'attractivité du pays.

Un climat des affaires efficient est essentiel pour le développement économique et social de notre pays, qui s'est engagé depuis plus d'une décennie dans des réformes visant à améliorer l'environnement dans lequel évoluent les opérateurs économiques. L'impact est notable dans bien des domaines, mais il reste insuffisant. Les efforts doivent se poursuivre pour que les retombées économiques et sociales des réformes, associées à l'évolution du climat des affaires, soient plus visibles et perceptibles.

C'est pourquoi il est indispensable de rénover les outils de travail pour assurer rapidement la densification du tissu économique national, qui compte actuellement un peu plus de 1,7 millions d'unités, chiffre en deçà du potentiel que pourrait absorber le marché algérien. Face à ce challenge, il est apparu clairement que l'usage et la maîtrise des nouvelles technologies de l'information et de la communication constituent une réponse idoine pour la réduction des délais et des coûts, et pour assurer une diffusion élargie des informations dont la disponibilité est l'une des clés de la réussite des projets d'investissement. La convention à l'ordre du jour est un exemple



18 notaires ont signé la convention lors de la cérémonie

« *Dans un monde soucieux du respect des délais et des formalités, l'idée de la disparition prochaine du dossier papier au profit du dossier électronique, doit constituer une priorité au regard des bénéficiaires qui peuvent en découler.* »

concret de partenariat entre deux institutions de première importance dans l'acte d'investir. Elles ont conjugué leurs efforts pour pénétrer le monde virtuel de la dématérialisation en adoptant comme moyen d'échange d'informations, en vue de formaliser et de donner naissance à des entreprises qui viendront consolider et enrichir le potentiel existant.

La mise en œuvre de cette convention marque le premier pas d'un nouveau mode de gestion en Algérie et trace la voie à la dématérialisation totale des procédures d'inscription au registre du Commerce. L'objectif est conforté par les actions engagées par le gouvernement pour instaurer le climat de confiance numérique à travers la promulgation de la loi relative à la certification et à la signature électronique. La dématérialisation des procédures d'inscription au registre du commerce constitue le prolongement des actions déjà réalisées par le CNRC durant la dernière décennie pour la modernisation de son système d'information, couronnées en 2014 par le registre du commerce électronique.

Cette solution de haute sécurité s'appuie sur les technologies mobiles, notamment la 3G, afin de sécuriser l'extrait du registre du commerce et d'assurer la diffusion de l'information de façon plus importante.

Les contraintes de compétitivité et de transparence des transactions commerciales, qu'impose l'ouverture de notre économie, ont rendu nécessaire une telle action, afin de protéger le registre du commerce des manipulations frauduleuses et de moderniser les opérations de contrôle au moyen d'outils technologiques fiables et accessibles en tous lieux. Désormais, et grâce à cette convention, les notaires peuvent,

à partir de leur bureau, effectuer toutes les opérations d'enregistrement des dénominations et d'insertion d'avis au Bulletin Officiel des Annonces Légales, ainsi que diverses demandes d'informations au profit des créateurs d'entreprises. Ce nouveau mode de gestion permet de gagner un temps précieux, que les entrepreneurs mettront à profit pour développer leurs activités et créer de la richesse.

Je terminerai en soulignant que dans un monde soucieux du respect des délais et des formalités, l'idée de la disparition prochaine du dossier papier au profit du dossier électronique, en conservant le même niveau de sécurité et d'échange, doit constituer une priorité au regard des bénéficiaires qui peuvent en découler. C'est pourquoi je reste persuadé qu'avec un usage optimal et efficient de ce nouvel outil par tous les acteurs concernés, les citoyens en général et les investisseurs en particulier constateront une amélioration significative de la qualité de l'offre de service du CNRC. Pour cela, je tiens à encourager les responsables du secteur du commerce, dont ceux du CNRC, à poursuivre avec la même détermination et la même cadence la réalisation de l'ensemble des autres objectifs assignés au projet de modernisation du secteur.

Pour sa part, le gouvernement s'engage, à travers moi, à vous apporter tout l'appui nécessaire à la réalisation de l'ensemble de ces objectifs.

J'adresse enfin ces mots de remerciements à toutes celles et tous ceux qui ont bien voulu répondre à notre invitation et honorer de leur présence la cérémonie de ce matin. Je vous remercie pour votre aimable attention. ■



Med Said Benmerad

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL DU CENTRE NATIONAL DU REGISTRE DU COMMERCE

« Le CNRC est un maillon important dans la chaîne de l'investissement »

Dans un entretien qu'il nous a accordé, le directeur général du CNRC, Med Said Benmerad, parle à cœur ouvert de son établissement. Au-delà des données chiffrées qu'il révèle et qui intéresseront sans aucun doute les professionnels et les observateurs de l'économie et du commerce algériens, il évoque aussi longuement les missions de l'institution qu'il dirige, ses réalisations et ses ambitions en matière de modernisation et de participation à l'effort national de promotion de l'investissement.

LCR - Comment évaluez-vous le rôle du CNRC dans l'entreprise d'amélioration du climat des affaires ?

Le CNRC a toujours joué un rôle prépondérant dans l'amélioration des conditions liées à la création d'entreprises en Algérie et ce, à travers la mise en œuvre de diverses actions au profit des jeunes promoteurs et des primo-investisseurs, notamment dans les secteurs de production de biens et de services, pourvoyeurs d'emplois et créateurs de richesses. Aujourd'hui, la sphère commerciale compte plus d'un million sept cent mille (1.700.000) entités immatriculées au registre du commerce, exerçant dans différents secteurs et parmi lesquelles pas moins de 330.000 entreprises ont été créées dans le cadre de l'emploi des jeunes générant à ce jour, plus de 800.000 postes d'emploi.

De ce fait, le CNRC est un maillon important dans la chaîne de l'investissement en Algérie et il continuera à jouer pleinement son rôle en améliorant la qualité de ses prestations et en se donnant les moyens d'être une véritable force de proposition.

LCR - Les opérateurs économiques se plaignent souvent des procédures administratives. Y a-t-il des initiatives du CNRC destinées à simplifier l'acte d'entreprendre ?

« Le CNRC a toujours joué un rôle prépondérant dans l'amélioration des conditions liées à la création d'entreprise en Algérie et ce, à travers la mise en œuvre de diverses actions au profit des jeunes promoteurs et des primo-investisseurs »

En ce qui concerne le volet lié à la simplification de l'acte d'entreprendre, il y a lieu de noter qu'en matière d'inscription au registre du commerce, les facilitations mises en place ne datent pas d'aujourd'hui. En effet, depuis 2003 et suite à l'amendement du décret exécutif n°97-41, relatif aux conditions d'inscription au registre du commerce, le dossier d'inscription au registre du commerce connu la suppression de plusieurs pièces réglementaires lors de l'inscription au registre du commerce. Je citerai, à titre d'exemple, la suppression du constat d'huissier pour le local commercial et de l'extrait de rôle apuré relatif à l'impôt foncier.

En sus de toutes ces procédures de facilitation, la loi n° 04-08 a encore joué un rôle très actif dans la facilitation des procédures liées à l'inscription au registre du commerce. Parmi ces facilitations on peut noter l'introduction du principe lié à l'agrément ou l'autorisation provisoire et l'introduction du principe du primo-investisseur personne physique.

Le CNRC ne s'est pas arrêté à ces facilitations, il est allé plus loin en participant activement à l'amendement de certaines dispositions de la loi 04-08 relative à l'exercice des activités commerciales. (voir tableau)

Ces amendements et ces facilitations confortent la vision du CNRC, appuyée par les pouvoirs publics, quant à la volonté de faciliter l'acte d'entreprendre.

1. L'acceptation d'extraits de casier judiciaire portant des mentions relatives à des crimes et délits, réduisant ainsi le nombre frappé d'interdiction de s'inscrire au registre du commerce à 6 au lieu de 14 initialement.
2. Exemption du paiement des droits de dépôt légal des comptes sociaux, pour les sociétés nouvellement créées, pour la première année de leur inscription ainsi que pour les sociétés créées dans le cadre des dispositifs de soutien à l'emploi des jeunes, durant les trois premières années.
3. Il n'y a désormais plus d'obligation pour un primo investisseur de disposer d'un siège social pour une personne morale ; celle-ci qui peut élire domicile auprès d'un commissaire aux comptes ou d'un expert-comptable, d'un avocat ou d'un notaire, ou de la résidence du représentant légal de la société et ce, pour une durée de deux années renouvelables une fois.
4. L'introduction de l'amende de transaction pour régulariser la situation des sociétés défaillantes en matière de dépôt des comptes sociaux.
5. La suppression de l'étape liée à la publication dans la presse écrite nationale ou tous autres supports appropriés des statuts des sociétés.

« Il n'y a désormais plus d'obligation pour un primo investisseur de disposer d'un siège social, lorsqu'il s'agit d'une personne morale. »

LCR - Pouvons-nous avoir quelques données chiffrées relatives aux inscriptions de l'année 2014 ?

Durant l'année 2014, le Centre National du Registre du Commerce a enregistré 375.031 inscriptions au niveau national. La part des personnes morales dans le total des inscriptions ne représente que 12,72 % contre 87,28 pour les personnes physiques. Le nombre des immatriculations en 2014 (personnes physiques et personnes morales réunies) représente 49,1% de l'ensemble des inscriptions, a enregistré une légère hausse de 1,3% par rapport à 2013 (personnes physiques 0,3% personnes morales 11,8%).

Le nombre des modifications, qui représente 23% du total des inscriptions, a augmenté de 0,8 pour les personnes physiques et de 11,7 pour les personnes morales. Les radiations ont connu une légère baisse de -1,4% (-2,1% pour les personnes physiques et +9,5 pour les personnes morales).

En ce qui concerne la situation du tissu économique national à fin 2014, il est enregistré 1.764.000 commerçants inscrits au registre du commerce selon les deux statuts :

Personnes physiques : 1.606.878 soit 91,1 %

Personnes morales : 157.122 soit 8,9 %

La population commerçante est concentrée dans les régions nord : Alger compte 225.707 commerçants, soit 12,8 % du total national, suivi d'Oran avec 83.533 commerçants (4,7%) et Tizi Ouzou avec 75.214 soit 4,3 %. Le nombre de commerçants dans les wilayas du sud reste modeste : El Bayadh avec 9.135 soit 0,52%, Illizi avec 5.031, soit 0,29 et Tindouf avec 4.941 commerçants (0,28%).

Globalement et par rapport à la fin 2013, il y a eu une augmentation de +5,1% représentant 85.209 commerçants nouveaux inscrits, soit un taux appréciable en termes de création d'entreprises. Par secteur d'activité, les commerçants sont inscrits dans les proportions suivantes :

Personnes physiques

Le commerce : détail-gros (45,36%) ;
Les services (40,23%) ;
Le BTPH-Industrie-Artisanat (14,39%) ;
L'exportation (0,02%) ;

Personnes morales

Les services (31,8%) ;
Le BTPH-Industrie-Artisanat (30%) ;
Import et export (21,8%) ;
Le commerce : détail-gros (16,4%).

À la fin de l'exercice écoulé, 11.499 commerçants étrangers sont inscrits au registre du commerce, soit 9.224 sociétés dont le gérant est de nationalité étrangère et 2.275 personnes physiques. La majeure partie des commerçants étrangers inscrits au registre du commerce sont, de nationalité syrienne (626 soit 27,5%) et tunisienne (612 soit 26,9%), dans une moindre proportion nous trouverons les nationalités marocaine (361 soit 15,9%), égyptienne (187 soit 8,2%), palestinienne (163 soit 7,2%), chinoise (103 soit 4,5%) et française (42 soit 1,8%). En ce qui concerne la catégorie des gérants étrangers on enregistre (1.893 soit 20,5% du total) de nationalité française, (1.120 soit 12,1%) syrienne, et (793 soit 8,6%) de nationalité chinoise.

Toutes ces données seront affinées et analysées afin de constituer un contenu dynamique et un instrument d'aide à la décision, autant pour le secteur que pour le gouvernement en général.

LCR - Il semble que la modernisation du secteur est une priorité pour vous et pour votre tutelle ; que pouvez-vous en dire ?

En prolongement des actions de modernisation engagées depuis déjà une dizaine d'années, le CNRC entend, à travers le programme de développement quinquennal (2015 – 2019) du secteur du commerce, persévérer dans sa démarche de développement et s'attèle, de manière soutenue, à s'adapter aux exigences de son environnement immédiat en constante évolution. Sa stratégie de développement repose sur trois grands axes : la poursuite du programme de modernisation de son système d'information, la dématérialisation des procédures et enfin le renforcement de ses infrastructures dans le but de rehausser la qualité de ses prestations à la hauteur des besoins des citoyens et des entreprises.

S'agissant de la poursuite du programme de modernisation du système d'information du CNRC, il convient de relever les avancées significatives réalisées, à travers notamment : le lancement depuis plus d'une décennie, du système télématique (intranet) et tout récemment la mise en œuvre de l'extrait du registre du commerce « électronique » comportant un hologramme crypté qui permet de sécuriser l'information. Toutes ces avancées rendues possibles grâce à l'usage et à l'exploitation des TIC, constituent en réalité une passerelle vers un objectif auquel nous aspirons tous, l'inscription en ligne. A cet effet, le CNRC s'attèle d'ores et déjà à s'équiper des outils à même de lui permettre de s'intégrer dans le nouveau cadre législatif lié à la certification et la signature électronique, dès sa promulgation.

Aussi, et en prolongement de ce programme de modernisation du système d'information, il est prévu une série d'actions, dont l'intégration du registre du commerce électronique dans

les procédures de gestion, à travers la mise à disposition des contrôleurs du ministère du Commerce et des autres partenaires, d'un lecteur mobile.

Il y a aussi l'adaptation du portail d'informations (SIDJILCOM) en vue de la diffusion de l'information économique et commerciale sur le réseau Internet.

LCR - Justement, parlez-nous du portail Sidjilcom...

En effet, il y a aussi l'adaptation du portail d'informations (SIDJILCOM) en vue de la diffusion de l'information économique et commerciale sur le réseau Internet. Une convention liant le CNRC à la chambre nationale des notaires a été conclue en date du 08 juillet 2013. Sa mise en œuvre est devenue effective depuis le mois de février 2015.

Ceci permettra de faciliter et favoriser la création d'entreprises en créant un canal reliant le CNRC et les notaires pour l'accomplissement des procédures de création d'entreprises, par l'optimisation du temps de traitement des dossiers.

Il y a également lieu de citer la constitution d'une banque de données relatives aux archives des dossiers d'inscription au registre du commerce et des actes de sociétés, exploitables à terme par les tiers via internet.

Cette action sera rendue possible grâce au système de gestion électronique des archives (GED) du CNRC, en vigueur depuis l'année 2007, qui sera renforcé par l'acquisition de six scanners, à l'effet de doubler le

rendement qui sera de 2000 dossiers/jour, soit 400 000 par an. Le nombre actuel de dossier numérisé a dépassé le cap du million. Le deuxième grand axe de la stratégie de développement préconisée par le Centre, concerne la dématérialisation des procédures liées à la gestion du registre du commerce et des publicités légales.

Enfin, et pour ce qui a trait au renforcement de ses infrastructures, le CNRC a inscrit dans son programme de développement la réalisation d'infrastructures dont l'objectif consiste à rapprocher l'administration du citoyen, à améliorer les conditions de travail des personnels du centre et à faciliter les conditions d'accueil des assujettis.

Tous ces efforts consentis pour développer un réseau d'antennes répondant aux exigences d'un service public de qualité, ont permis au CNRC de disposer actuellement de 49 antennes locales réparties à travers le territoire national. S'agissant de la période (2015-2019), il est prévu la réalisation treize (13) nouveaux sièges, dont quatre (04) seront réceptionnés durant cette année.

Il est projeté également l'aménagement et la réception, au courant de cette année, de locaux devant servir de nouveaux



sièges à des antennes supplémentaires dans une même wilaya. Ceci s'inscrit dans le cadre du rapprochement de l'administration du citoyen et, partant, de l'amélioration de la qualité des prestations de service public rendu par le CNRC. Pour ce qui est des régions du sud et du grand sud, qui souffrent de l'éloignement de la population des antennes du CNRC, il est prévu l'acquisition et/ou location de locaux à Tamanrasset (Ain Salah), à Illizi (Djanet) et à Adrar (Bordj-Badji Mokhtar). Cela participe de l'effort en faveur de l'équité territoriale et permet une meilleure conformité avec le découpage administratif annoncé.

LCR - Pour terminer, avez-vous un message à passer ?

J'ajouterai volontiers qu'après d'importants efforts de modernisation consentis durant la dernière décennie aux plans de son système d'information et du renforcement de ses infrastructures, pour améliorer la qualité de services au profit de l'entreprise et des citoyens, le Centre National du Registre du Commerce ambitionne dans son plan quinquennal (2015-2019) de poursuivre cet élan pour s'inscrire dans la stratégie gouvernementale en matière d'utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication.

Dans ce cadre, le Centre National du Registre du Commerce projette d'inscrire ses actions futures dans le cadre de la continuité, notamment en ce qui concerne les procédures dématérialisées pour l'inscription en ligne au Registre du Commerce et la diffusion des informations à travers le réseau Internet.

Sur un autre plan, le Centre National du Registre du Commerce a initié un projet de construction d'une centrale des archives répondant aux normes internationales, pour la conservation sécurisée du fond documentaire dont il a la charge et constitué essentiellement par les dossiers d'inscription au registre du commerce, les actes de sociétés et des nantissements ainsi que, les comptes sociaux déposés par les sociétés ■

QUELQUES CHIFFRES

EN 2014

375.031

PERSONNES INSCRITES

DONT **49,1%**

D'IMMATRICULATIONS

+1,3%

PAR RAPPORT À 2013

AU CENTRE DU DISPOSITIF DE CRÉATION D'ENTREPRISES CNRC : CAP SUR LA MODERNISATION

Avec ses 1481 employés, dont plus de la moitié de cadres, et ses 49 antennes assurant sa présence effective dans toutes les wilayas du pays, le Centre national du registre du commerce (CNRC) joue un rôle central dans l'amélioration des conditions liées à la création d'entreprises. En mettant résolument le cap sur sa modernisation, cette institution entend s'acquitter de ses missions avec plus d'efficacité et de célérité et de mettre un terme aux manipulations frauduleuses dont fait l'objet le Registre du commerce.



En finir avec ces documents papier

Le CNRC est une institution administrative autonome, placée sous l'égide de Monsieur le Ministre du Commerce. L'établissement a été créé par décret numéro 73-188 du 21 Novembre 1973, avec comme principal domaine de compétences la centralisation du Registre du commerce délivré par les greffes des Tribunaux.

Depuis, des aménagements furent apportés. La réglementation régissant le registre du commerce a subi une profonde réforme tant dans son mode de gestion que dans ses attributions. Cette réforme devenait impérative, d'où la promulgation du décret n° 79-15 du 25 Janvier 1979 portant organisation du Registre du commerce, qui a conféré au CNRC, outre les missions détenues par les greffes des tribunaux, des attributions nouvelles.

Le CNRC dispose d'un réseau composé de 49 antennes, lui assurant une présence effective dans chacune des wilayas du pays ; elles sont coordonnées par les directions centrales, et dirigées par des préposés qui ont le statut d'officier public, auxiliaire de justice.

Un personnel de près de (1481 personnes dont 54,82% cadres) contribue, à tous les niveaux, à la réalisation des objectifs du CNRC. Un vaste programme de modernisation des équipements et des méthodes de travail ainsi qu'un programme de formation ont été mis en œuvre afin de permettre au CNRC de répondre et de veiller à ce que le centre réponde aux exigences du nouveau contexte, tant national qu'international.

LE REGISTRE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE, UNE OPTION D'AVENIR

Depuis le début du processus de réforme en vue de développer les capacités de gestion du CNRC, et dans un souci de mettre fin aux manipulations frauduleuses dont fait l'objet le registre du commerce, une étude de faisabilité sur la version électronique du document a été effectuée par un comité de pilotage issu du ministère du Commerce et du CNRC, en collaboration avec le ministère de la Poste et des Technologies de l'Information et de la Communication.

Cette démarche, visait à donner une touche de modernisation, dans le but de renforcer l'utilisation des techniques de l'information et de la communication (TIC) au sein du CNRC, et d'asseoir le socle de l'e-gouvernance, afin de faciliter les procédures administratives liées à l'obtention du registre du commerce, et de développer, entre autres, le contrôle de l'activité commerciale.

Suite à une analyse comparative des solutions proposées par des opérateurs qualifiés, la majorité des membres du comité de pilotage ont estimé que la solution « UPCODE » présentée par l'entreprise nationale des systèmes informatiques (ENSI) était la mieux adaptée pour répondre aux objectifs assignés au registre du commerce électronique.

Cette solution a permis le passage du registre du commerce classique à un extrait du registre du commerce électronique doté d'un hologramme crypté, sécurisé, infalsifiable et lisible via les périphériques mobiles.

RÔLES ET MISSIONS DU CNRC

- △ Prendre en charge la tenue du registre du commerce, de veiller au respect, par les assujettis, des obligations en matière d'inscription au registre du commerce et d'organiser les modalités pratiques afférentes à ces opérations, conformément aux dispositions législatives en vigueur ;
- △ De donner acte de volonté d'exercer en qualité de commerçant ;
- △ D'organiser toutes publications légales obligatoires afin de faire connaître aux tiers diverses mutations qui interviennent dans la situation juridique des commerçants et des fonds de commerce, les pouvoirs des organes d'administration et de gestion et, s'il y a lieu, les oppositions y afférentes ;
- △ Centraliser l'ensemble des informations relatives au registre du commerce.
- △ Délivrer l'extrait du registre du commerce ;
- △ Tenir et gérer le registre des inscriptions au registre du commerce, le livre public des ventes et/ou de nantissement de fonds de commerce, le fichier des raisons sociales et le fichier des comptes sociaux ;
- △ Délivrer tout document et information relatifs au registre de commerce impliquant une recherche d'antériorité ;

- △ Procéder à l'édition et à la publication du Bulletin Officiel des Annonces Légales (BOAL), et de veiller à sa promotion ainsi qu'à sa diffusion ;
- △ Assurer les travaux d'impression des documents officiels et de toute autre publication relative au registre du commerce ;
- △ Gérer et mettre à jour la nomenclature des activités économiques soumises à inscription au registre du commerce ;
- △ Prendre en charge les mesures conservatoires requises en cas d'infractions touchant son domaine d'intervention ;
- △ Participer à tous travaux visant à parfaire les conditions générales d'exercice du commerce, et à normaliser les relations commerciales entre les opérateurs économiques ;
- △ Réaliser et diffuser toute publication intéressant son domaine d'intervention ;
- △ Recevoir les comptes sociaux des sociétés et tenir à jour une banque de données y afférentes ; tenir et gérer le registre public des opérations du crédit-bail mobilier.

Elle constitue de ce fait un bond qualitatif en matière de communication des informations et de contrôle, notamment grâce à l'usage des TIC et autres technologies mobiles qui préservent l'intégrité du commerçant dans ses transactions commerciales.

Depuis sa mise en œuvre le 16 Mars 2014, le registre du commerce électronique a favorisé le respect des bonnes pratiques de gestion des risques, de manière à garantir l'existence des mécanismes de contrôle et de surveillance destinés à prévenir la fraude. Toutes ces avancées rendues possibles grâce à l'usage et l'exploitation des TIC, constituent une passerelle vers un but auquel aspirent les pouvoirs publics, l'inscription en ligne.

A cet effet, le CNRC s'attèle d'ores et déjà à s'équiper d'outils à même de lui permettre de s'intégrer dans le nouveau cadre législatif lié à la certification et la signature électroniques et ce, dès la promulgation du texte y afférent. ■

ORGANISATION

Le CNRC est doté d'un conseil d'administration présidé par le Ministre du commerce ou son représentant, il est composé de :

- △ Un représentant du Ministre chargé de la justice ;
- △ Un représentant du Ministre chargé des finances ;
- △ Un représentant du Ministre de l'Industrie et des Mines ;
- △ Un représentant du Ministre chargé des statistiques ;
- △ Un représentant de la Chambre algérienne de commerce et d'industrie.
- △ Le Directeur Général du centre assiste aux réunions du conseil d'administration avec voix consultative.

Sous l'autorité du Directeur Général, l'administration du CNRC comprend :

- △ Directeur Général adjoint, chargé d'assister le Directeur Général.
- △ L'inspection générale des services.
- △ La cellule d'hygiène et sécurité.
- △ Le bureau d'ordre général.
- △ La direction de registre du commerce.
- △ La direction des publicités légales.
- △ La direction des ressources humaines.
- △ La direction des finances et des moyens.
- △ La direction des services informatiques.
- △ La direction du conseil et des services juridiques.



RÉGULATION ET ORGANISATION DES ACTIVITÉS

INFORMEL ET GRANDE DISTRIBUTION **LE CŒUR DU PROBLÈME**

La régulation et l'organisation de l'activité commerciale requièrent une connaissance précise de la société, de ses demandes et de ses mœurs en matière de consommation, des évolutions démographiques et de la répartition géographique des populations, ainsi que des impératifs liés à l'environnement et au plan national d'aménagement du territoire, entre autres.

Elles requièrent aussi une parfaite maîtrise des outils législatif et réglementaire, qui président à la mise en œuvre, dans les meilleures conditions possibles, de l'économie de marché et leur adaptation permanente.

C'est la direction générale de la régulation et de l'organisation de l'activité commerciale qui s'acquitte de ces missions au ministère du Commerce, sous l'autorité politique du ministre. Dans un entretien qu'il nous a accordé, le directeur général, Abdelaziz Aït Abderrahmane, explique les missions qui incombent à sa structure, les nouvelles politiques insufflées

par le ministre et qu'il s'attèle à mettre en œuvre, ses préoccupations majeures et les dossiers qui revêtent un caractère d'urgence.

Parmi ces dossiers, ceux du commerce informel et de la grande distribution occupent une bonne place. Une journée d'étude leur a été consacrée le 02 janvier, à l'hôtel Aurassi, à laquelle ont pris part de nombreux cadres supérieurs du ministère, des experts de l'École des Hautes Etudes Commerciales et plusieurs personnalités représentant les secteurs concernés par le sujet. Le ministre a prononcé une importante allocution à cette occasion, qui viendra, dans les pages ci-après, compléter la couverture de l'évènement.

On trouvera également exposés dans ce dossier des bilans succincts et des esquisses de plans d'action des directions centrales relevant de cette direction générale. En particulier, les questions liées à la concurrence y sont traitées de manière assez détaillée.

JOURNÉE D'ÉTUDE SUR L'ÉCONOMIE ET LE MARCHÉ INFORMEL

SORTIR DE L'INFORMEL : UN IMPÉRATIF ET UNE URGENCE

Le ministère du Commerce, en collaboration avec l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales, a organisé une journée d'étude sur l'économie et le marché informel le 02 février 2015 à l'hôtel Aurassi. La matinée a été marquée par une allocution de Amara Benyounes, ministre du Commerce, des exposés de qualité portant sur les thèmes intimement liés du marché informel et de la grande distribution, suivis par un débat en plénière. Deux ateliers, qui ont travaillé respectivement sur les voies et moyens de sortir du marché informel et sur l'approche nécessaire à l'avènement d'une grande distribution adaptée, ont rendu leurs recommandations en fin de journée.



Une assistance attentive, à l'écoute du ministre

Les travaux ont été ouverts par le directeur de l'EHEC, A. Saadi, qui a souhaité la bienvenue aux nombreux participants et décliné le programme de la journée avant de donner la parole au secrétaire général du ministère du Commerce, El-Hadi Makboul, qui a prononcé une courte allocution, suppléant ainsi à l'absence momentanée du ministre dont la présence était requise par les cérémonies officielles de la clôture de la session parlementaire d'automne.

Le directeur de l'école de Commerce, comme le secrétaire général du ministère, n'ont pas manqué de se féliciter du nombre et de la qualité des participants, qui dénotent de l'intérêt qu'ils portent à un sujet effectivement crucial pour le devenir de l'économie nationale. En effet, outre les cadres du ministère du Commerce, on pouvait constater la présence d'opérateurs économiques et commerciaux, de syndicalistes, de représentants d'associations professionnelles et des consommateurs, de la Chambre de commerce et d'industrie, entre autres, sans compter une couverture médiatique particulièrement importante.

La parole a été donnée, ensuite, au docteur Alliouche Rachid, maître de conférence à l'EHEC, qui a traité de l'« *Economie informelle : Notions et Concepts* ». Tentant d'apporter quelques explications sur les origines et les causes de l'économie informelle, tant en Algérie que dans le reste du monde, le conférencier relèvera que dans certains pays il atteint des proportions telles qu'il n'est pas loin de supplanter les circuits officiels. Il s'interrogera, entre autres, sur le traitement à réserver à ce secteur bien réel désormais. Faut-il l'éliminer ou, au contraire, en prendre soin en raison du potentiel qu'il représente en matière de création d'emplois ? Il n'en conclut pas moins qu'à terme, le secteur informel ne peut se substituer à de véritables politiques publiques de développement économique.

Lui succédant, le docteur Farid Allaouat, spécialiste en sciences de gestion et maître de conférence à l'EHEC, a traité des « *Retombées du commerce informel sur l'économie algérienne* ». Retombées positives ou négatives ?, s'interroge-t-il d'emblée. Pour le conférencier, il serait hasardeux d'y répondre sur la simple base de la conviction, tant la vérité sur le

LE MINISTRE A MIS L'ACCENT SUR L'IMPORTANCE DU SUJET TRAITÉ ET A INSISTÉ SUR LE FAIT QUE LA RÉPRESSION NE PEUT ÊTRE L'APPROCHE PRIVILÉGIÉE, MÊME SI DANS CERTAINS CAS ELLE S'IMPOSE, LES EFFORTS DEVANT ÊTRE CONCENTRÉS SUR L'INTÉGRATION PROGRESSIVE DES ACTIVITÉS INFORMELLES DANS LE CIRCUIT LÉGAL.

sujet ne serait pas évidente. Il s'agirait, tout compte fait et selon lui, de réduire la précarité des conditions d'existence d'une catégorie de la population et de définir les frontières de l'exercice de la concurrence loyale pour une économie moderne qui réponde à la normalité sociale d'un pays développé.

Ce fut ensuite au tour de Hadji Abdennour, diplômé en sciences économiques, directeur des Etudes, de la Prospective et de l'Information Economique au ministère du Commerce, d'intervenir sur le thème de l'« *Action de l'Etat en faveur de la résorption des marchés informels* ». Sa communication a porté sur la définition du marché informel,



le bilan des actions menées pour son éradication au 31 décembre 2014, la résurgence incessante du phénomène et l'engagement multiforme de l'Etat pour atténuer son impact négatif sur l'économie nationale, l'environnement, la sécurité et la santé du citoyen.

MAÎTRISER LA GRANDE DISTRIBUTION

Pour sa part, Kamila Ghidouche Aït Yahia, titulaire d'un Mastère en économie international obtenu en France, spécialiste du marketing territorial et maître de conférences à l'EHEC, a abordé le thème des « *Circuits de distribution modernes* ». A travers, notamment, l'apparition et l'évolution des différents formats de vente, l'intervenante a restitué le cadre théorique de la grande distribution. Parti d'Europe, ce nouveau concept commercial s'est répandu dans les pays émergents d'autant plus facilement que les circuits traditionnels sont incapables de répondre aux nouvelles demandes des consommateurs, de plus en plus copiées sur le modèle de consommation occidentale.

« *Le développement de la grande distribution en Algérie : évolution et cadre juridique* », est le thème traité par Aït Abderrahmane Abdelaziz, directeur général de la Régulation et de l'Organisation des Activités au ministère du Commerce. Après avoir donné un bref aperçu sur l'histoire de la grande distribution durant les périodes coloniale et postcoloniale en Algérie, il fait état du dispositif législatif et réglementaire qui régit l'implantation des grandes surfaces en Algérie, en mettant l'accent sur les conditions auxquelles doivent répondre, en particulier, les supermarchés et les hypermarchés. Abdennour Nouiri, docteur en sciences économiques de l'université de Montpellier et professeur à l'EHEC d'Alger, a été le dernier à intervenir. Son exposé a porté sur « *Les retards dans l'implantation des grandes enseignes en Algérie* ». Ayant relevé le retard accusé en la matière par l'Algérie en comparaison avec les pays voisins, il procédera à l'analyse du secteur de la grande distribution à travers les facteurs influençant son développement, en particulier les pratiques stratégiques des enseignes, le comportement des consommateurs et les facteurs environnementaux.

Avant l'ouverture du débat, la parole a été donnée au ministre du commerce, Amara Benyounes, qui a rejoint la manifestation entre temps. Dans une courte allocution, il a mis l'accent sur l'importance du sujet traité et a insisté sur le fait que la répression ne peut être l'approche privilégiée, même si dans certains cas elle s'impose, les efforts devant être concentrés sur l'intégration progressive des activités informelles dans le circuit légal. (Voir le texte intégral de l'allocution). Après la pause-déjeuner, deux ateliers ont été installés.

Le premier s'est penché sur les voies à emprunter et les moyens à mettre en œuvre pour sortir de l'informel tandis que le second s'est intéressé à la grande distribution et à la meilleure manière de la développer de manière adaptée. Les rapporteurs des deux ateliers ont fait lecture des recommandations en plénière (voir encadré) avant que le ministre ne procède à la clôture officielle de la journée. ■

ALLOCUTION D'OUVERTURE DU MINISTRE

« *Le commerce informel menace de nombreuses entreprises inscrites dans la légalité* »

Dans son allocution d'ouverture de la Journée d'étude sur l'économie et le marché informel, le ministre du Commerce, dont le discours est intégralement retranscrit ci-dessous, a fait un tour assez exhaustif de la question. Il a évoqué les mutations de l'économie nationale induites par les réformes engagées ces dernières décennies, l'apparition et le développement fulgurant des activités informelles et le danger qu'elles représentent, les efforts consentis par l'Etat pour formaliser ces activités, et sa conviction que cette journée permettra d'ouvrir des pistes pour atteindre l'objectif d'éradiquer, ou tout au moins de ramener à des dimensions acceptables, ce phénomène.



Amara Benyounès, ministre du Commerce

Je tiens, pour commencer, à vous présenter, en mon nom personnel et au nom de tous les cadres du ministère, nos vifs remerciements pour avoir répondu favorablement à notre invitation et prendre part à cet important événement. Je tiens aussi à exprimer ma gratitude et mon souhait de bienvenue aux éminents experts, venus de différents horizons pour débattre avec nous de la problématique de l'informel, thème de notre rencontre d'aujourd'hui, ainsi que des voies et moyens à mettre en place en vue de sa formalisation.

Je souhaite, également, mettre à profit cette tribune pour présenter mes félicitations et remerciements aux éminents professeurs et chercheurs de l'École des Hautes Etudes Commerciales pour les efforts déployés pour l'organisation, en collaboration avec le ministère du Commerce, de cette journée d'études.

C'est à partir des années 90 que l'Algérie a entamé le processus des réformes économiques tout en abandonnant le modèle de l'économie centralisée et administrée pour s'engager progressivement sur la voie d'une économie de marché, basée sur la liberté de l'industrie et du commerce.

La diversification de l'économie algérienne, son engagement sur la voie d'une croissance durable et soutenue ainsi que son intégration dans des espaces économiques régionaux et

« *Des réformes ont considérablement transformé le paysage économique et commercial algérien. Pour l'essentiel, les marchés des biens et services ont été libéralisés et ouverts à la concurrence et à l'investissement privé tant national qu'étranger.* »

mondiaux constituaient les principaux objectifs de ces réformes. Ces réformes ont considérablement transformé le paysage économique et commercial algérien. Pour l'essentiel, les marchés des biens et services ont été libéralisés et ouverts à la concurrence et à l'investissement privé tant national qu'étranger.

C'est ainsi qu'une refonte globale de la législation et de la réglementation relatives à l'exercice des activités commerciales a été opérée à l'effet d'éliminer

les obstacles qui entravaient la création et le développement des entreprises, d'assouplir les conditions d'inscription au registre du commerce et de faciliter l'insertion des commerçants exerçant en marge de la réglementation dans la sphère commerciale légale. La démonopolisation du commerce, la déréglementation des prix, la refonte du tarif douanier, l'élimination des restrictions quantitatives et la convertibilité du dinar pour les transactions commerciales courantes ont facilité et aidé à l'émergence de nouvelles entités économiques dont le nombre n'a cessé de progresser d'année en année. En matière d'inscription au registre de commerce, on dénombre plus de 1,7 millions d'opérateurs inscrits au fichier du Centre National du Registre du Commerce à la fin du mois de décembre 2014 dont 1 606.879 personnes physiques, représentant 91,1 % du nombre total des inscrits et 157.121 personnes morales, soit un taux de 8,9%.



« Le passage d'une situation de monopole et de pénurie à une situation de concurrence et d'abondance a été accompagné par l'émergence de pratiques frauduleuses et anticoncurrentielles à l'origine de la prolifération d'une économie parallèle ou informelle. »

Journée sur l'informel : une participation ombreuse et de qualité

Comparativement au nombre d'habitants, estimé actuellement à 39 millions d'âmes, le nombre d'opérateurs économiques en activité représente un taux de 4,3 %, ce qui donne un ratio de un commerçant pour 23 habitants.

L'approvisionnement du marché national, avant l'avènement des réformes économiques, était exclusivement assuré par un nombre restreint d'entreprises publiques dont la dissolution a été comblée, tant bien que mal, par des opérateurs économiques issus dans leur majorité du secteur privé. C'est ainsi que les activités d'importation et de distribution ont été investies par une multitude d'opérateurs le plus souvent privés, sans qualification ni savoir faire, notamment en matière de négoce international, et ne disposant pas, pour la plus part d'entre eux, d'infrastructures adéquates pour l'exercice de ce genre d'activités.

Le passage d'une situation de monopole et de pénurie à une situation de concurrence et d'abondance a été accompagné par l'émergence de pratiques frauduleuses et anticoncurrentielles à l'origine de la prolifération d'une économie parallèle ou informelle. Si par le passé l'informel constituait un refuge pour une frange minime d'une population, sans revenu ou à la recherche de ressources financières supplémentaires pour subvenir à ses besoins, son expansion actuelle obéit, de plus en plus, à des objectifs occultes et à des motivations de gain facile, d'enrichissement illicite et d'évasion fiscale.

Les résultats d'enquêtes réalisées ces dernières années par le secteur du commerce démontrent que ce phénomène

affecte, à des degrés différents, plusieurs branches d'activités, notamment les services, l'industrie de transformation (agroalimentaire, cosmétiques, textile, cuir, matériaux de construction...), l'agriculture et le commerce extérieur et, enfin, la distribution de gros et de détail.

Bien qu'il soit difficile de cerner avec exactitude l'ampleur de ce phénomène au regard de sa nature occulte et de ses pratiques frauduleuses, il n'en demeure pas moins que les actions menées par les services de contrôle du ministère du Commerce ont permis la découverte, au titre des quatre dernières années, de transactions commerciales sans factures pour un montant global de 206,5 milliards de dinars, soit une moyenne annuelle de 51,6 milliards de dinars.

Devant l'ampleur de ce phénomène qui pourrait constituer, à terme, une menace sérieuse pour l'outil national de production et, par conséquent, risquerait de mettre en péril les fondements de l'économie nationale dans son ensemble, des mesures ont été prises par les pouvoirs publics, à l'effet de :

- △ Dynamiser davantage l'outil national de production, stimuler les investissements productifs et promouvoir l'emploi ;
- △ Lutter contre les différentes formes de fraudes et d'atteintes à l'économie nationale ;
- △ Renforcer le dispositif de contrôle applicable, notamment, au commerce extérieur.

Par ailleurs, le manque d'entreprises spécialisées dans la grande distribution et le déficit avéré en infrastructures commerciales ont, dans une large mesure, favorisé le développement de zones d'activités commerciales souvent situées dans des sites inadaptés et ne répondant pas aux normes et standards exigés en la matière.

« De multiples entreprises qui activent dans la légalité et dans le respect de la législation et de la réglementation se trouvent fortement menacées dans leur existence par ce phénomène qui freine tout effort d'investissement productif. »

Bien que ce type de commerce soit socialement utile, du fait qu'il emploie et fait vivre des dizaines de milliers de familles, cela n'empêche qu'il demeure porteur de risques, tant sur le plan de la santé que de la sécurité des consommateurs. Partant de ce constat préoccupant, les pouvoirs publics ont pris des mesures. (voir tableau)

À cela, force est de constater que des rues, des ruelles, des entrées d'immeubles, jardins et autres espaces publics sont quotidiennement envahis par une multitude de personnes qui s'adonnent à l'exercice d'activités commerciales, dans le désordre, sans titre légal, causant toutes sortes de nuisances non seulement aux riverains, mais au cadre de vie et à l'environnement en général.

Ces activités ont fini par s'incruster dans le décor ambiant de nos villes, villages, cités et quartiers, s'élargissant toujours davantage tout en se sédentarisant, au détriment de la quiétude du citoyen et des intérêts des commerçants légalement établis.

S'agissant des marchés de gros, il a été procédé à la création d'une Entreprise Publique Economique (MAGROS) avec le statut juridique d'une Société Par Action, qui a pour mission la réalisation et la gestion des marchés de gros dans tous les domaines, dont celui des fruits et légumes et dont le programme de développement au titre de la période 2014 – 2016 prévoit la réalisation de 8 marchés de gros d'envergure régionale et nationale, conformément aux normes et standards internationaux en la matière.

En dépit des actions engagées par les pouvoirs publics en vue d'encourager la création et la promotion de l'entreprise, à réduire le poids de la fiscalité et à faciliter l'accès aux crédits bancaires, il n'en demeure pas moins que l'ampleur prise par l'informel, ces deux dernières décennies, reste l'un des principaux obstacles à la stabilité et à la transparence nécessaires à une relance économique soutenue et au développement de l'investissement productif créateur d'emplois et générateur de richesses.

Force est de constater, également, que de multiples entreprises qui activent dans la légalité et dans le respect de la législation et de la réglementation se trouvent fortement menacées dans leur existence, par ce phénomène qui freine tout effort d'investissement productif.

C'est ainsi que l'objectif recherché à travers l'organisation de cette journée d'étude en collaboration avec l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales (EHEC) d'Alger est de permettre à tout un chacun (experts, opérateurs économiques et pouvoirs publics) de donner son point de vue sur la thématique, tout en espérant que les débats permettront de déboucher sur des solutions pratiques, durables et bénéfiques tant à l'entreprise, qu'aux consommateurs et au Trésor public.

Enfin, je reste persuadé qu'aux termes des communications qui seront présentées tout au long de cette journée, les débats qui auront lieu et les recommandations formulées à l'issue des travaux en ateliers permettront de déterminer les grands axes de la démarche à entreprendre pour l'insertion des activités informelles dans le tissu économique et commercial légal.

Je vous remercie pour votre aimable attention. ■

△ La mobilisation d'une enveloppe financière de 12 milliards de dinars pour la réalisation et l'aménagement de marchés de proximité dont la concrétisation devrait aboutir à la insertion des intervenants informels dans le tissu commercial légal.

△ L'adoption d'un plan complémentaire de réalisation de marchés couverts pour résorber le déficit en infrastructures commerciales, d'un financement de 10 Milliards de dinars, dans le cadre du plan quinquennal 2010-2014.

△ L'exonération, à titre transitoire, des commerçants nouvellement installés dans les sites aménagés par les collectivités de l'impôt forfaitaire unique (IFU) pour les deux premières années d'activité. A l'issue de cette période, ces commerçants bénéficient également d'un abattement des impôts sur une période de trois ans, à savoir : 70% pour la première année, 50% pour la seconde et 25% pour la troisième et dernière année.

△ L'assouplissement des conditions d'exercice au profit des jeunes désirant intégrer les espaces aménagés par les collectivités, sur la base d'un « titre légal » sous forme d'autorisation provisoire délivrée par la commune.

△ La réhabilitation, depuis 2007, de 32 marchés de gros et de 241 marchés de détail de fruits et légumes pour un montant global de 5,9 milliards de dinars.

ILS ONT DIT

RACHID ALLIOUCHE
ENSEIGNANT EHEC

« Le système informel emploie 1,8 milliards de travailleurs dans le monde sur 3 milliards, soit 60%, selon les chiffres fournis par l'OCDE en 2009 (...) La plupart des personnes qui entrent dans l'économie informelle ne le font pas par choix mais par nécessité (...) Les travailleurs et les unités économiques du secteur informel peuvent être à l'origine de la création d'entreprises. »

FARID ALLAOUAT
ENSEIGNANT EHEC

« Les activités informelles existent partout mais leur impact sur les économies nationales varient d'un pays à l'autre selon le niveau de développement de l'économie formelle, le mode de régulation et de gouvernance et le mode d'insertion à l'économie mondiale. Elles peuvent être vues sous l'angle d'un indicateur marquant une défaillance de légitimité de l'organisation sociale établie ou une brèche dans les règles de conduite loyale régissant les activités économiques. »

HADJI ABDENNOUR
DIRECTEUR AU MINISTÈRE DU COMMERCE

« Les opérations de lutte contre les marchés informels se sont soldées, au 31 décembre 2014, par l'éradication de 872 marchés sur les 1368 recensés, soit 64%. Il a été réinséré 18878 intervenants à l'intérieur de ces marchés éradiqués sur un total de 41 949, soit 45%. Par ailleurs, il a été observé la réapparition de 103 marchés informels auparavant éradiqués, notamment à Alger, Blida, Ain Defla, Tébessa et Tiaret. »

GHIDOUCHE AÏT-YAHIA KAMILIA
ENSEIGNANTE EHEC

« Les tendances dans les pays émergents sont à l'adoption des formats de vente modernes rapide car les circuits traditionnels de distribution étaient incapables de répondre aux besoins des consommateurs. Avec le développement des TIC, l'élévation des niveaux de vie et d'éducation dans ces pays, et sous l'effet de la mondialisation, les comportements de consommation se sont occidentalisés. »

AÏT ABDERRAHMANE ABDELAZIZ
DIRECTEUR GÉNÉRAL AU MINISTÈRE
DU COMMERCE

« Durant la période antérieure à 1990, malgré la gestion planifiée de l'économie, le commerce informel existait déjà sous plusieurs formes à échelle réduite. (...) Durant la décennie noire ce phénomène s'est amplifié avec l'exode des populations rurales vers les grandes agglomérations à la recherche d'un refuge et en quête de moyens de subsistance en s'adonnant à des activités informelles. »

NOURI ABDENNOUR
ENSEIGNANT EHEC

« Le consommateur algérien n'est pas acquis à l'idée de la grande distribution (supermarchés, hypermarchés et centres commerciaux). (De plus), les facteurs environnementaux constituent une contrainte majeure à l'implantation de ce type de distribution. (Enfin), le fonctionnement des grandes surfaces existantes influe négativement sur la perception qu'ont les consommateurs de la grande distribution (niveaux de prix, merchandising, enseignes associées et localisation). »

RECOMMANDATIONS

Les travaux des deux ateliers organisés lors de la journée d'études tenue le 02 février 2015 à Alger et qui ont porté sur le commerce informel et sur la grande distribution ont débouché sur les recommandations suivantes

LE COMMERCE INFORMEL

- △ La nécessité de mettre en place un système d'informations statistiques et fiscales permettant de déterminer une typologie de l'économie informelle.
- △ Mener des études comportementales et sociologiques pour comprendre les motivations des agents exerçant dans l'informel.
- △ Création d'une cellule de réflexion transversale (national task force...), pour proposer des mesures concrètes en matière de lutte contre l'informel par segment d'activités
- △ Orientation des jeunes exclus du système scolaire quelque soit leur âge vers la formation professionnelle en vue de leur insertion dans le secteur économique (production/ services et commerce).
- △ Mener des campagnes de sensibilisation en direction des consommateurs à l'effet de les dissuader de consommer les produits écoulés sur le marché parallèle et les inciter à consommer les produits vendus dans les circuits formels.
- △ Renforcer et améliorer les relations entre les pouvoirs publics et le mouvement associatif (implication de la société civile).
- △ Création d'un observatoire intersectoriel doté d'un système d'information adapté en vue de mesurer et de suivre l'évolution des activités du marché informel.

LA GRANDE DISTRIBUTION

- △ Accorder dans le cadre de la mise en œuvre de la procédure d'octroi des terrains d'assiette, la priorité à l'implantation des hypermarchés par les collectivités locales compte tenu de leur rôle d'instruments de régulation du marché (approvisionnement et stabilité des prix).
- △ Impliquer les Chambres de Commerce et d'Industrie dans le dispositif d'investissement en matière de grande distribution.
- △ Finalisation du schéma directeur national des infrastructures commerciales et envisager sa présentation pour enrichissement lors d'un séminaire d'expertise et de lancement.
- △ Prévoir le lancement d'opérations pilotes dans certaines wilayas pour tester la fiabilité du schéma directeur retenu.
- △ Envisager l'élaboration d'un texte spécifique à la grande distribution.
- △ Relancer la réflexion portant sur la définition d'une loi sur l'urbanisme commercial.
- △ Prévoir un plan de promotion et de communication sur les concepts de la grande distribution en direction des opérateurs économiques et des investisseurs potentiels.
- △ Intégrer l'implantation des équipements commerciaux dans le Plan Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme (PDAU) et le Plan d'Occupation des sols (POS), y compris pour les bases logistiques et les plates formes commerciales.
- △ Développer des programmes de formation et de mise à niveau dans le domaine des métiers modernes liés à la grande distribution (merchandising, distributeurs de marques, category manager...).
- △ Renforcement des opérations de contrôle en direction des opérateurs économiques en vue de l'application rigoureuse de l'obligation de délivrance des factures.
- △ Mettre en place une cellule de travail mixte (administration et université) pour poursuivre la réflexion sur la thématique de la grande distribution.

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LA RÉGULATION ET DE L'ORGANISATION DES ACTIVITÉS

« *Nous mettrons en œuvre
une nouvelle vision
de l'activité commerciale* »

Abdelaziz Aït Abderrahmane est directeur général de la régulation et de l'organisation des activités au ministère du Commerce. Stratégie du secteur en matière d'infrastructures, commerce informel, grande distribution, chambres de Commerce et d'Industrie, flambées ponctuelles des prix des fruits et légumes... Il répond sans détour à toutes ces questions et apporte des éclairages nécessaires à la compréhension de certains sujets.



Abdelaziz Aït Abderrahmane

LCR - Peut-on connaître les grandes lignes de la stratégie de votre secteur en matière de développement des infrastructures commerciales ?

Abdelaziz Aït Abderrahmane - Je voudrais commencer par un constat. Notre pays connaît un déficit important en matière d'infrastructures commerciales.

A la fin 2010, il existait environ 1500 marchés quotidiens de détail. La réalisation de ces marchés n'a pas suivi la même courbe que celle de la croissance démographique. Les besoins exprimés en la matière à travers l'ensemble des wilayas dépassent l'offre proposée. Il fallait donc lancer un programme d'urgence pour la réalisation de marchés de proximité et de marchés couverts.

Ainsi, une opération a été lancée dans le cadre d'un programme du ministère de l'Intérieur qui s'étale sur trois ans, de 2011 à 2013, d'un montant de 12 Milliards de dinars pour la réalisation de 766 marchés dont 327 projets ont été confiés à la société BATIMETAL.

A cela s'ajoute un autre programme, initié par le ministère du Commerce, pour la réalisation de 291 marchés couverts de détail au niveau des grandes agglomérations, pour un montant de 10 Milliards de dinars répartis sur les 48 wilayas. Il convient de rappeler qu'en dehors des marchés couverts

hérités de l'époque coloniale, nos grandes villes et particulièrement les nouvelles agglomérations sont démunies de ce type d'infrastructures. Les deux programmes suscités devaient contribuer à la résorption du commerce informel dont le nombre de sites recensés est de 1368. Nous en avons éradiqué 872, il en reste 496. Notre objectif est qu'au fur et à mesure que se réalise un marché, on y insère progressivement les intervenants du marché informel.

*« Notre objectif est
qu'au fur et à mesure
que se réalise un marché,
on y insère progressivement
les intervenants du
commerce informel. »*

Cependant, force est de constater qu'un certain nombre d'infrastructures ont été réalisées mais ne sont pas encore occupées pour diverses raisons. On peut citer le choix des sites d'implantation qui se sont avérés inadéquats (en dehors de la ville), l'absence de viabilisation des réseaux d'assainissement, des corps d'état secondaires, de la voirie et l'affectation des locaux non effectuée. Tous

ces projets sont à l'indicatif des walis, confiés aux collectivités locales dont les communes en sont pour la plupart les maîtres d'ouvrage.

LCR - Qu'en est-il des marchés de gros ?

A.A - Au lendemain de l'indépendance du pays, il en existait seulement neuf à travers le pays. A la fin des années 70, nous en avons une vingtaine et à la fin 2014 nous en sommes à 40 marchés de gros opérationnels. Là aussi, ce sont des marchés qui ne répondent pas du tout aux normes requises.



« L'investissement dans le domaine de la grande distribution devrait se traduire par une conception moderne des réseaux de distribution à travers l'implantation d'hypermarchés »

Ils ont été réalisés par les APC, sans études préalables spécifiques. L'État a pris la décision de créer une entreprise publique économique, une SPA dénommée MAGROS qui est chargée de la gestion et de la réalisation des marchés de gros. Un programme d'urgence a été adopté par le gouvernement et a été confié à cette société pour lancer à la fin 2016, huit projets de marchés de gros de fruits et légumes. A ce jour, trois projets ont été lancés à Bourrached (Ain-Defla), à Sétif, sur un terrain de 30 ha, et à Mascara.

Ces marchés de type moderne dont l'architecture obéit aux normes et standards internationaux vont drainer de nombreuses activités en parallèle et seront dotés de toutes les commodités et servitudes nécessaires, eils permettront la création de milliers d'emplois.

Cette société ambitionne de couvrir, à moyen et long terme, l'ensemble des wilayas par la mise en place d'un réseau de distribution des produits agricoles frais, qui se substituerait aux marchés de gros actuels, lesquels seront appelés à fermer ou à changer d'activité. Les cinq autres projets de marchés sont localisés à Biskra, Guelma, Ouargla, Mila et Djelfa.

La seconde étape pour cette entreprise est de réaliser des marchés de gros en Agro-alimentaire et ensuite dans d'autres activités.

LCR - Une nouvelle vision de l'activité commerciale semble être une des préoccupations majeures de votre département. Pouvez-vous nous en dire quelques mots ?

A.A - Les espaces commerciaux où s'exercent les activités commerciales sont implantés en général d'une manière anarchique. Le commerce informel qui a pris de l'ampleur ces dernières années et la mauvaise gestion de nos marchés de gros et de détail ont terni l'image du commerce dans le

plupart de nos villes. Pour y remédier, il fallait commencer par la mise en place d'une réglementation régissant les espaces commerciaux à la faveur de la parution du décret 12-111 du 6 mars 2012, qui a fixé les conditions d'implantation et d'organisation des espaces commerciaux.

C'est le premier texte qui réglemente les conditions de fonctionnement des marchés de gros et de détail, des grandes surfaces, des superettes et des centres commerciaux. Il fixe les responsabilités de chacun des intervenants, entre autres celles du wali, du président de l'APC, des gestionnaires des marchés de gros et de détail et des commerçants qui exercent au sein de ces marchés.

L'autre vision de l'activité commerciale réside dans l'encouragement de l'activité de la grande distribution. En effet, un chapitre a été consacré aux grandes surfaces et aux centres commerciaux. L'investissement dans ce domaine devrait se traduire par une conception moderne des réseaux de distribution à travers l'implantation des hypermarchés. Actuellement il n'en existe que cinq, ce qui est insignifiant pour une population de 39 millions d'habitants. Ces cinq marchés sont localisés à Alger (02), à Mostaganem, à Bouira et à Ain-Defla. Nous déplorons le fait que de grands centres urbains tels que Oran, Constantine, Annaba,

Sétif ne disposent pas encore de ce type d'infrastructures. On ne peut faire abstraction des avantages que présentent ces grandes surfaces en matière de régulation du marché, de disponibilité de tous les produits tant en quantité, en variété qu'en qualité dans un même espace, de stabilité des prix. Les hypermarchés drainent aussi beaucoup de mains d'œuvre, ils incitent au changement du comportement des consommateurs et de leurs habitudes de consommation par la découverte de nouveaux produits.

Les supermarchés, quant à eux, sont de grandes surfaces de moindre dimension mais également nécessaires dans

les centres villes à forte densité de population et jouent le même rôle que les hypermarchés. Il en existe environ 270. Les superettes sont plus nombreuses, elles se sont développées dès le début des années 2000 mais n'avaient aucun ancrage juridique jusqu'à la parution du décret 12-111 suscitée. Elles font parties du commerce de proximité et activent en zone urbaine. Il a été recensé 1637 superettes environ et ce chiffre a tendance à croître. La grande distribution est l'une des alternatives pour lutter contre le commerce informel.

LCR - L'année 2014 a été marquée par le renouvellement des membres des organes des Chambres de Commerce et d'Industrie. Quelles sont les nouvelles mesures prises pour ces institutions ?

A.A : En fait, les Chambres de Commerce et d'Industrie fonctionnent selon les statuts fixés par le décret exécutif n° 96-93 du 3 mars 1996 modifié et complété.

L'année 2014 a été marquée par l'organisation des élections des membres des assemblées générales des CCI et de la CACI qui se sont déroulées respectivement le 10 mai et le 21 septembre 2014. Ces élections ont été suivies par les élections des présidents des chambres et de leurs vice-présidents ainsi que des présidents des commissions techniques. Deux importantes mesures ont été prises. D'abord, la nécessité de renforcer le nombre de sièges dédiés à la catégorie industrie et celle du bâtiment et travaux publics au sein des assemblées générales. En effet, l'animation des chambres de commerce doit être confiée notamment aux industriels en raison de leur rôle d'interface et de concertation avec les pouvoirs publics et des moyens dont ils disposent pour redynamiser les activités des CCI.

A ce titre, un arrêté du ministre du Commerce a été promulgué, portant modification de la répartition des sièges des chambres de commerce.

Ainsi, le nombre de sièges a augmenté de 142 pour la catégorie industrie passant de 205 sièges à 347. Pour la catégorie bâtiment et travaux publics, le nombre de sièges est passé de 181 à 280 soit une augmentation de 99 sièges. Il en est de même pour la catégorie services dont le nombre de sièges a augmenté de 11 sièges, passant de 253 à 264.

A l'inverse la catégorie «commerce» a subi une diminution importante du nombre de sièges qui est passé de 432 à 249, soit une baisse de 183 sièges. Ensuite, la décision de procéder à la révision des statuts des chambres de commerce et d'industrie, a été prise pour la modification ou la refonte des décrets 96-93 et 96.94 du 3 mars 1996 instituant les Chambres de Commerce et d'Industrie et la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie. En effet, il est apparu indispensable de revoir les missions de ces institutions et de leur confier

certaines prérogatives concernant l'encadrement de certaines activités en rapport avec l'environnement des entreprises.

LCR - Nous avons constaté ces dernières semaines une flambée des prix des produits agricoles frais et de certains produits alimentaires. Quels commentaires faites-vous ?

A.A : La flambée des prix qui a touché ces dernières semaines un certain nombre de produits, est conjoncturelle pour certains et tributaire des fluctuations des cours mondiaux pour d'autres. A ce titre, il y a lieu de distinguer 2 aspects. Pour les produits agricoles frais, il est établi que les habitudes de consommation de l'Algérien font qu'il consomme les produits de saison. Les prix de ces derniers sont généralement abordables notamment lorsque l'offre est conséquente. -Cependant, compte tenu des dernières intempéries, les récoltes n'ont pas eu lieu un certain nombre de routes ont été coupées à la circulation en raison de fortes neiges. Par conséquent les marchés n'ont pas été approvisionnés correctement.

Cette situation s'est traduite par la baisse de l'offre et donc par une augmentation des prix.

Par contre, pour les produits hors saisons issus des cultures sous serres, leurs prix ne peuvent être qu'élevés en raison d'une production restreinte d'une part et des coûts de production de ce type de cultures qui se répercutent sur les prix de vente.

Pour ce qui est des produits alimentaires de large consommation, certains d'entre eux ont subi les hausses des cours mondiaux dont l'impact sur les prix au niveau local est évident.

Là aussi, il faut souligner que nous ne produisons pas du tout un certain nombre de produits tels que les légumes (lentilles, riz, haricot blanc), l'huile et le sucre, le thé, le café la levure et le lait infantile etc. Pour d'autres produits, la production nationale reste en deçà des besoins de la population, c'est le cas des blés dur et tendre (notamment la farine), du concentré de tomate, des pois chiches, de la farine infantile et des viandes rouges. Si pour les produits agricoles frais, les prix sont libres, ils se forment au niveau du marché et fluctuent selon la loi de l'offre et de la demande, les prix des produits alimentaires importés, quant à eux, sont également libres mais leurs niveaux restent tributaires de ceux pratiqués sur les marchés mondiaux.

Pour l'heure, seuls les prix des produits subventionnés tels que l'huile fabriqué à base de sojas, le sucre, la semoule ordinaire, la farine panifiable sont en majorité respectés et sont soumis au contrôle des services des directions du commerce, tout commerçant contrevenant, s'exposant à des sanctions. En conclusion, pour l'ensemble des produits de large consommation notre pays se doit d'encourager et d'inciter les promoteurs à investir dans la production des produits cités plus haut pour augmenter l'offre et se débarrasser de la dépendance alimentaire qui est aujourd'hui une arme redoutable. ■

« En dehors des produits de large consommation, subventionnés par l'Etat, les prix sont libres. Leur fluctuation dépend de l'offre et de la demande et des cours sur le marché mondial. »

ORGANISATION DES MARCHÉS, ACTIVITÉS COMMERCIALES ET PROFESSIONS RÉGLEMENTÉES UN BILAN, DES PERSPECTIVES



Étudier et formuler toutes propositions de mesures à caractère législatif et réglementaire relatives à l'exercice et à l'organisation des professions réglementées et des activités commerciales, participer avec les organisations et les institutions concernées à la définition des règles relatives aux conditions de création, d'implantation et d'exercice des activités commerciales et professionnelles par les personnes physiques et morales, promouvoir toutes mesures relatives à l'organisation des fonctions commerciales et des marchés spécifiques d'intérêt national ou régional, proposer toutes mesures ou règles relatives

à la création et au fonctionnement des chambres de commerce et d'industrie, mettre en place un dispositif d'observation des prix et de surveillance des flux des produits de première nécessité et stratégiques sur le marché, et participer à l'élaboration de la politique nationale de stockage de sécurité et d'approvisionnement des régions du sud. Telles sont les missions sensibles, voire stratégiques, de la Direction de l'Organisation des Marchés, des Activités Commerciales et des Professions Réglementées (DOMAC). Son modèle d'organisation, le bilan de ses actions et ses perspectives à terme sont exposés ci-après.

ESQUISSE D'UN BILAN

En matière d'adaptation et de mise à jour du dispositif réglementaire, trois textes (Projets de décrets exécutifs et/ou d'arrêtés) sont en cours de publication :

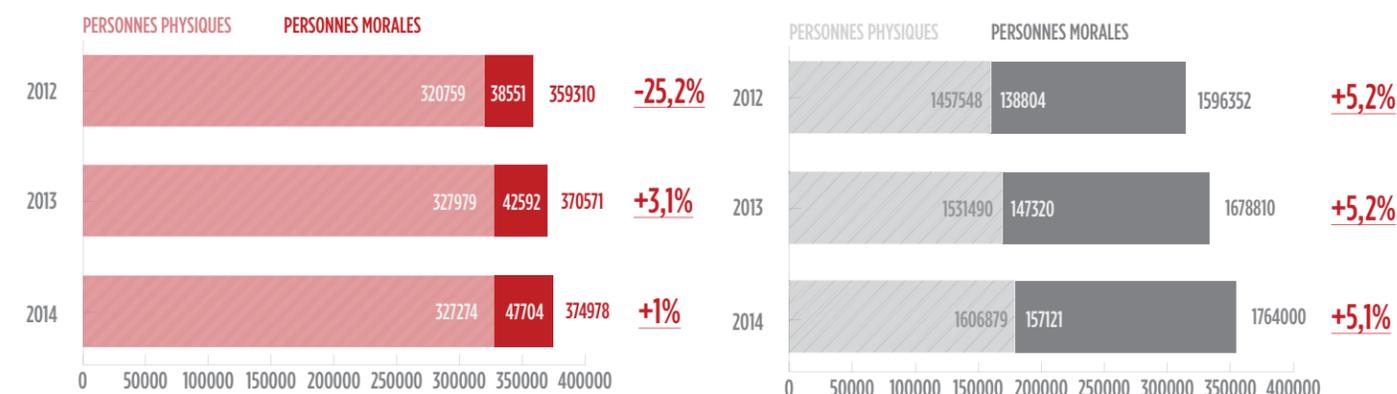
- △ Projet de décret exécutif fixant les conditions et les modalités d'exercice des activités et professions réglementées;
- △ Projet de décret exécutif fixant le contenu, l'articulation ainsi que les conditions de gestion et d'actualisation de la nomenclature des activités économiques soumises à inscription au registre du commerce;
- △ Projet d'arrêté portant modification et mise à jour de la nomenclature des activités économiques soumises à inscription au registre du commerce.

En outre, il a été procédé au titre de l'année 2014 au traitement de deux cents vingt quatre requêtes émanant de citoyens, d'opérateurs économiques (personnes physiques ou morales) ainsi que des départements ministériels et institutions publiques ayant sollicité des clarifications au sujet de certains points. Ces requêtes ont été traitées au cas par cas, conformément aux procédures législatives et réglementaires en vigueur. Par ailleurs, La commission chargée de la mise à jour de la nomenclature des activités économiques (NAE), a tenu au cours de l'année 2014, cinq réunions à l'effet de répondre aux demandes des opérateurs économiques désirant exercer de nouvelles activités commerciales non codifiées ou étendre leur champ d'intervention à des activités annexes par la modification du contenu des codes existants ou la création de nouveaux codes, le cas échéant. A ce titre, quatorze activités ont été codifiées et douze codes d'activités ont été modifiés.

CES REQUÊTES ONT ÉTÉ TRAITÉES AU CAS PAR CAS, CONFORMÉMENT AUX PROCÉDURES LÉGISLATIVES ET RÉGLEMENTAIRES EN VIGUEUR.

Pour sa part, le montant de l'enveloppe financière dédiée au remboursement des frais de transport des produits de large consommation vers les wilayas du sud au titre de l'année 2014 s'élève à 6 193 000 000,00 DA dont la répartition par dispositif est comme suit :

- △ Transport Inter-wilayas du nord du pays vers les chefs lieu de wilaya du sud : **5 952 784 423,08 DA**, soit **96,12%**;
- △ Transport Intra-wilaya des chefs lieux de wilaya du sud vers les localités à l'intérieur de ces wilayas : **240 215 576,92DA**, soit **3,88%**.



ÉVOLUTION DES INSCRIPTIONS AU REGISTRE DU COMMERCE

ÉVOLUTION DU NOMBRE TOTAL DE COMMERÇANTS INSCRITS

La répartition des subventions par wilaya tient compte des paramètres suivants :

Le nombre d'habitants des localités des wilayas du Sud ;
les dépenses engagées au titre des années antérieures ;
les montants des arriérés des factures à honorer.

Il y a lieu de souligner que parmi les dix wilayas du Sud, celles d'Adrar, de Tamanrasset, d'Ouargla et d'Illizi ont enregistré les dépenses les plus importantes. Outre la mission de l'observation du marché et le suivi régulier des approvisionnements (rapports mensuels, élaboration des relevés, cellules de veille et comités de facilitation des approvisionnements en produits de large consommation), plusieurs actions ont été engagées pour l'amélioration du fonctionnement du fond de remboursement des frais de transport sud.

PRINCIPALES MISSIONS DE LA DIRECTION DES ETUDES, DE LA PROSPECTIVE ET DE L'INFORMATION ECONOMIQUE :

- △ La réalisation des études économiques ayant trait au secteur commercial;
- △ La création, la gestion de banque de données et l'élaboration de système de collecte, de traitement et de diffusion de l'information statistique, économique et commerciale;
- △ L'élaboration de rapports, de notes de conjoncture et toutes publications en liaison avec les activités du secteur;
- △ La contribution à la mise en place d'un système intégré d'informations économiques.

Principaux objectifs

- △ Le développement des banques de données statistiques, économiques et commerciales ;
- △ La diffusion de l'information commerciale ;
- △ La participation à l'organisation et au fonctionnement du système national d'information économique;
- △ La participation à la réalisation des études générales ou spécifiques liées au secteur du commerce;
- △ La contribution aux travaux de planification stratégique et de prospective;

- △ L'évaluation des activités commerciales en relation avec les services extérieurs et les organismes sous tutelle;
- △ Le suivi de l'évolution de la conjoncture économique internationale et assurer toutes publications relatives aux activités du secteur;
- △ La participation à la mise en place des instruments de régulation du marché;
- △ Le suivi de la réalisation des équipements commerciaux répondant aux normes et standards internationaux ;
- △ Le suivi de la réalisation des marchés de gros des fruits et légumes et de détail (marchés couverts et de proximité);
- △ Le suivi de la réalisation des marchés de gros autres que ceux spécialisés dans les fruits et légumes (marchés de gros de l'agro-alimentaire notamment) ;
- △ La coordination des travaux relatifs à la détermination des termes de référence pour la réalisation d'une étude portant sur l'implantation des équipements commerciaux;
- △ La participation à l'élaboration du schéma directeur national des équipements commerciaux;
- △ La contribution à la mise en place de mécanismes de stabilisation des biens et services.

OBSERVATION DES PRIX ET SUIVI DES APPROVISIONNEMENTS DU MARCHÉ

Les groupes de produits concernés sont les produits d'épicerie (cafés, riz, pâtes alimentaires, concentré de tomate, haricots secs, lentilles, pois chiches), les légumes et fruits frais (pomme de terre, tomate, oignon, courgette, carotte, ail, dattes, pommes locales, pastèques) et les viandes rouges et blanches (ovine locale, bovine congelée, poulet éviscéré).

Par ailleurs, un guide sur l'observation des marchés et de la surveillance des prix sera édité avec l'assistance des experts de l'Union Européenne et sera mis en œuvre dès son approbation. Ces nouveaux supports documentaires tiendront compte des prix pratiqués (Minimum et Maximum).

Pour sa part, le suivi de l'exécution des programmes de permanences établis par l'administration centrale, a révélé le respect du programme par les commerçants réquisitionnés durant les fêtes de l'Aïd-El-Fitr et l'Aïd-El-Adha, atteignant respectivement un taux de couverture de 98.64 % et 99.30 %. A ce titre, il convient de noter que des sanctions ont été prises à l'encontre des 536 commerçants contrevenants (270 l'Aïd El Fitr et 266 Aid El Adha) conformément à la réglementation en vigueur et qui consistent en une amende comprise entre 30000 et 200000,00 DA et une fermeture administrative pour une durée de trente (30) jours pour les commerçants récidivistes.

SUIVI DES ACTIVITÉS DES CHAMBRES DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

Un audit des CCI a été réalisé par le CETIC au terme duquel il a été décidé de prendre les mesures suivantes :

Le suivi de la prise en charge des anomalies relevées au niveau des CCI et de la CACI; la formation de cadres comptables des CCI et de la CACI; l'organisation d'un séminaire de restitution en collaboration avec le CETIC.

L'opération d'organisation des élections a été précédée par l'élaboration du projet d'arrêté du 16 février 2014 portant modification de la répartition des sièges des assemblées générales des Chambres de Commerce et d'Industrie, en privilégiant les catégories professionnelles de l'industrie et du BTPH. Ainsi, le nombre de sièges dédiés aux dites catégories professionnelles a été augmenté par rapport à 2010 comme suit : (voir tableau à droite)

L'opération d'organisation des élections des organes élus des CCI et de la CACI, s'est déroulée respectivement le 10/05/2014 et le 21/09/2014 et a été suivie par l'installation des organes élus, notamment celle des Présidents et des vice-présidents ainsi que la mise en place des commissions techniques des CCI et de la CACI.

ACTIONS MISES EN ŒUVRE POUR UNE MEILLEURE RÉGULATION DU MARCHÉ

- △ Surveillance du marché et suivi des approvisionnements et des prix des produits de large consommation ainsi que certains matériaux de construction stratégiques;
- △ Suivi et observation de l'évolution des prix des produits de large consommation quotidiennement et mensuellement;
- △ Animation du comité de facilitation des approvisionnements en produits de large consommation;
- △ Animation de la cellule de veille et d'alerte précoce pour les produits sensibles;
- △ Mise en place d'une banque de données relative, aux offices intervenant dans l'approvisionnement et la régulation du marché (ONIL, ONILEV, OAIC), des grandes surfaces (Superettes, Supermarchés et Hypermarchés), des abattoirs, des tueries, des laiteries, des minoteries et des semouleries (secteur public et privé);
- △ Suivi de l'exécution des programmes des permanences des commerçants durant les fêtes de l'Aïd El Fitr et Aïd El Adha 2014.
- △ Elaboration de Bulletins mensuels des prix à la consommation des produits de large consommation ayant trait au «Relevé mensuel et annuel des prix des produits alimentaires de large consommation présentant les évolutions des prix» et diffusé périodiquement aux administrations et institutions concernées.

UNE ENQUÊTE A ÉTÉ OUVERTE SUR LES BUREAUX DE LIAISON QUI OPÈRENT EN ALGÉRIE POUR S'ENQUÉRIR DES CONDITIONS D'EXERCICE DE LEURS ACTIVITÉS ET DU RESPECT DE LEURS ENGAGEMENTS.

- △ Pour la catégorie industrie, le nombre des sièges qui était de 205 sièges est passé à 347 sièges, soit une augmentation de 142 sièges;
- △ Pour celle du bâtiment et des travaux publics, une évolution du nombre de sièges passant de 181 sièges à 280 sièges, soit une augmentation de 99 sièges;
- △ Quant aux sièges affectés aux services, qui étaient de 253, ils sont passés à 264, soit une augmentation de 11 sièges;
- △ En revanche, la catégorie « commerce », a subi une baisse du nombre de sièges qui est passée de 432 à 249 soit une diminution de 183 sièges.

MISE EN ŒUVRE DES SUJÉTIONS DE SERVICES PUBLICS ET GESTION DES BUREAUX DE LIAISON

La mise en œuvre des sujétions de services publics a fait l'objet d'un suivi au niveau de la l'Administration Centrale par l'évaluation des projets de programmes d'actions transmis par les CCI, au titre de l'année 2014, élaborés conformément aux dispositions de l'arrêté interministériel du 16 janvier 2011 et la transmission du dossier à la DFMG pour l'affectation des crédits budgétaires dédiés aux sujétions de service publics, soit 59.850.000DA pour l'ensemble des Chambres de Commerce et d'Industrie de Wilaya et 38.000.000,00DA pour la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie. L'année 2014 s'est caractérisée par la révision du dispositif mis en place pour la gestion du dossier des bureaux de liaison en vue d'une meilleure prise en charge.

Dans ce cadre, plusieurs réunions ont été organisées sous la présidence du secrétaire général et de nouvelles dispositions ont été prises. (voir tableau à droite)

Par ailleurs, une enquête a été ouverte sur les bureaux de liaison qui opèrent en Algérie pour s'enquérir des conditions d'exercice de leurs activités et du respect de leurs engagements. Le tableau ci-dessous fait ressortir en détail, la situation des bureaux de liaison en Algérie. ■

- △ L'exigence d'un engagement par lequel le premier responsable de la société mère étrangère s'engage à respecter les clauses de l'agrément d'ouverture d'un bureau de liaison en Algérie notamment celles relatives à l'interdiction d'exercer des actes de commerce;
- △ L'obligation de fournir une attestation de non inscription au registre de commerce, délivrée par le CNRC;
- △ La présentation d'une déclaration d'inscription au niveau de la CNAS comme employeur potentiel

nombre des bureaux de liaison (existants)	État relatif à la gestion des bureaux de liaisons
situation des dossiers	323
AUTORISATION EN COURS DE VALIDITÉ	249
DEMANDE D'OUVERTURE	25
RENOUVELLEMENT	47
MODIFICATION	21
OUVERTURE	6

PERSPECTIVES : PLAN D'ACTION 2015

- △ Suivi, évaluation et du perfectionnement du dispositif relatif au remboursement des frais de transport pour l'approvisionnement des régions sud pour encourager, développer les activités commerciale dans ces régions et préserver le pouvoir d'achat des citoyens;
- △ La mise en place d'un nouveau système de suivi de l'observation des prix des produits stratégiques et de première nécessité sur le marché;
- △ La redéfinition des missions de la cellule de veille et d'alerte précoce pour les produits sensibles;
- △ La mise en place d'une banque de données relatives aux différents intervenants dans l'approvisionnement et la régulation du marché;
- △ L'amélioration de la prise en charge du dispositif de suivi de l'exécution des programmes des permanences durant les fêtes légales;
- △ L'élaboration d'étude des états portant sur le flux des produits stratégiques;
- △ Renforcement et du suivi du dispositif de surveillance du marché durant les périodes de grande consommation (saison estivale, ramadhan).
- △ Perfectionnement des cadres chargés du suivi

- du marché à travers des cycles de formation à l'instar du programme p3a;
- △ La poursuite de la collecte des données relatives au suivi régulier de la tendance du marché.
- △ Recensement des problèmes et des difficultés liés à l'application des textes législatifs et réglementaires;
- △ L'élaboration des instructions de mise en œuvre des textes législatifs et réglementaires publiés;
- △ Révision et de la refonte de certains textes législatifs et réglementaires;
- △ Mise à jour de la nomenclature des activités économiques (NAE);
- △ La participation aux travaux des commissions d'octroi des agréments pour l'exercice de certaines activités et/ou professions réglementées;
- △ La prise en charge des observations liées aux questions inhérentes aux négociations avec l'OMC en ce qui concerne les activités commerciales;
- △ La réduction du nombre des activités et des professions réglementées;
- △ Suivi et évaluation des actions menées dans le cadre de la lutte contre le commerce informel.

SURVEILLANCE DE LA CONCURRENCE ET DES PRATIQUES COMMERCIALES

UN DISPOSITIF INDISPENSABLE À LA MISE EN ŒUVRE D'UNE ÉCONOMIE DE MARCHÉ

Les actions prévues au titre de l'année 2015 s'inscrivent dans le cadre de la poursuite des mesures initiées durant l'année écoulée et portent sur de nouvelles activités de conception visant à doter la structure d'outils didactiques à même de rendre plus porteuse son intervention en direction de l'ensemble des acteurs économiques et des consommateurs. Un travail portant sur la formulation de propositions d'actualisation du dispositif législatif a été engagé par les services de la direction de la Concurrence avec les autres structures de l'administration centrale, les services extérieurs et d'autres secteurs ministériels et institutions concernés.



Commerce informel : une caricature de la concurrence déloyale

Une importante action d'expertise et d'audit du dispositif relatif à la concurrence a été entamée avec la collaboration des experts de la CNUCED. Le processus engagé, dans ce cadre, s'est traduit par des activités de conception qui serviront d'ancrage et de feuille de route pour la conduite de cette importante action d'audit du cadre algérien, relatif à la concurrence, qui se présente comme suit :

- △ Elaboration par les services du Ministère du Commerce d'un document-cadre présentant la stratégie des pouvoirs publics dans le domaine de la concurrence ;
- △ Formalisation d'un document portant présentation des textes relatifs à la concurrence (points forts et points faibles) par les services du Conseil de la Concurrence ;
- △ Organisation d'une réunion préparatoire avec les institutions algériennes concernées et les experts de la CNUCED les 27 et 28 mai 2014 à Alger.

RÉFLEXION, ANALYSE ET CONCEPTION

A cet effet, un travail a été engagé par les services de la direction de la Concurrence avec les autres structures de l'administration centrale, les services extérieurs et d'autres secteurs ministériels et institutions concernés. Aussi, un travail portant sur la formulation de propositions d'actualisation du dispositif législatif sur la concurrence est-il en cours.

La structure a assuré le suivi de la mise en œuvre des textes relevant de son domaine (concurrence, règles commerciales, facture, soldes, clauses abusives, information notamment) par les services régionaux et de wilayas. Cette action permet d'avoir une connaissance de l'état d'application des textes et leur impact auprès des acteurs économiques et des consommateurs.

De même, elle a suivi et analysé des affaires traitées par le Conseil de la Concurrence et formulé des remarques et recommandations pertinentes. Cette action permet de connaître les

LA STRUCTURE CONTINUERA DE PILOTER LE SUIVI DU TRAITEMENT INFORMATISÉ DES REQUÊTES DES CITOYENS ET DES OPÉRATEURS ÉCONOMIQUES, EN PARTICULIER CELLES EN RELATION AVEC LA CONCURRENCE, LES MARCHÉS PUBLICS ET LES PRATIQUES COMMERCIALES, QUI RELÈVENT TRÈS SOUVENT D'UNE MÉCONNAISSANCE DES CADRES JURIDIQUE ET RÉGLEMENTAIRE.

modalités d'application du droit de la concurrence par le Conseil et sa méthodologie d'analyse des saisines reçues et de traitement des contentieux.

L'objectif est de parvenir à connaître l'état de maîtrise par les opérateurs des règles de la concurrence et leur intérêt pour ce volet du droit. En outre, ceci permet de donner une image concrète de l'état du marché en matière de pratiques restrictives de concurrence.

Par ailleurs, il convient de signaler que le Conseil a engagé des actions remarquables, dont :

MESURES PHARE POUR L'ANNÉE 2015

- △ Poursuite de l'expertise et de l'audit du dispositif algérien sur la concurrence en collaboration avec les experts de la CNUCED : le but recherché est de faire évoluer le cadre algérien relatif à la concurrence et de le rendre plus performant ;
- △ Elaboration des lignes directrices relatives aux pratiques restrictives de concurrence comme l'abus de position dominante, les ententes, la pratique de prix abusivement bas, et l'abus de dépendance économique.
- △ Enrichissement, finalisation et médiatisation sous toutes les formes utiles, des manuels déjà cités, réalisés dans le cadre du programme de jumelage relatif à la concurrence réalisé par le secteur du commerce (DGROA - Direction de la Concurrence) avec les pays de l'U.E. (France, Allemagne et Italie).
- △ Elaboration en collaboration avec les services extérieurs d'un cadre définissant les modalités d'observation du marché dans le domaine de la concurrence suivant un mode opératoire et des canevas types à arrêter ;
- △ Formulation de propositions permettant d'alléger les procédures de passation des marchés publics prévues par les textes.

△ Parmi les activités courantes et les dossiers spécifiques à prendre en charge, on peut citer :

- △ La définition d'un projet de cadre de collaboration entre le Ministère du Commerce, le Conseil de la Concurrence, les autorités de régulation et les juridictions sous une forme à définir, afin de créer une synergie et un échange de données et une complémentarité entre ces institutions ;
- △ La réflexion sur les modalités de mise en place d'un système informatisé de suivi et de traitement des affaires contentieuses relatives à la concurrence.
- △ La mise à jour des états nominatifs relatifs aux membres des commissions des marchés publics (commissions centrales et décentralisées) et publication au niveau du site web du ministère du Commerce ;
- △ La participation aux travaux du comité interministériel chargé de traiter les demandes de compensation des prix de l'huile et du sucre blanc ;
- △ Le suivi du pilotage (au titre de la DGROA) de l'action de gestion des requêtes au niveau du système informatisé mis en place à cet effet par le ministère du Commerce et suivi de l'exploitation des données intégrées dans le système (statistiques, tendances, nature et domaines).

- △ La concrétisation d'un projet de convention avec l'autorité française de concurrence ;
- △ L'organisation d'un atelier sur l'abus de position dominante avec la participation du président de l'autorité française de concurrence et celle de la direction de la Concurrence.
- △ L'adhésion au réseau international de la concurrence (ICN) ;
- △ L'édition du bulletin officiel de la concurrence.

Un travail de réflexion a également été entamé en association avec les services décentralisés, sur la définition des critères les plus pertinents, relatifs aux modalités de mise en œuvre des pratiques anticoncurrentielles (abus de position dominante, ententes, prix abusivement bas et abus de dépendance économique), afin de permettre une maîtrise réelle de ces règles par les services enquêteurs et les rapporteurs du Conseil de la Concurrence et une vulgarisation de ces pratiques.

Enfin, les services de la direction de la Concurrence préparent un programme visant à enrichir et valider avec les services décentralisés et les institutions concernées des autres secteurs, les guides conçus avec les experts des pays de l'Union Européenne au titre du jumelage sur la concurrence. Les guides formalisés sont au nombre de trois : le guide de l'enquêteur, le manuel de l'observation du marché et le glossaire des termes de concurrence.

2015 : UNE FEUILLE DE ROUTE QUI S'INSCRIT DANS LA CONTINUITÉ

Les actions prévues au titre de l'année 2015 s'inscrivent dans le cadre de la poursuite des mesures initiées durant l'année écoulée et portent sur de nouvelles activités de conception visant à doter la structure d'outils didactiques à même de rendre plus porteuse son intervention en direction de l'ensemble des acteurs économiques et des consommateurs. (voir tableau)

UN TRAVAIL DE RÉFLEXION A ÉGALEMENT ÉTÉ ENTAMÉ EN ASSOCIATION AVEC LES SERVICES DÉCENTRALISÉS, SUR LA DÉFINITION DES CRITÈRES LES PLUS PERTINENTS AFIN DE PERMETTRE UNE MAÎTRISE RÉELLE DE CES RÈGLES PAR LES SERVICES ENQUÊTEURS

INFORMATION, FORMATION ET COMMUNICATION

En matière de médiatisation des textes en direction de la sphère économique et des consommateurs, la structure a régulièrement pris part à des actions portant sur la vulgarisation des textes et mesures relatifs à ses activités.

La structure continuera, enfin, de piloter le suivi du traitement informatisé des requêtes des citoyens et des opérateurs économiques, en particulier celles en relation avec la concurrence, les marchés publics et les pratiques commerciales, qui relèvent très souvent d'une méconnaissance des cadres juridique et réglementaire. ■

DIRECTION DE LA CONCURRENCE : DES MISSIONS ET DES TEXTES

La Direction de la Concurrence du ministère du Commerce est en charge du cadre législatif relatif à la concurrence et des cadres réglementaires ayant trait à la facture, aux ventes promotionnelles, aux clauses abusives, à l'information sur les prix et à la commercialisation des véhicules automobiles neufs.

Elle est aussi en charge de prérogatives de conception et d'analyse liées à la consécration de règles de concurrence saines et loyales, dans le cadre de la mise en place d'une économie de marché sur des bases viables et efficaces à même de permettre :

- △ Le développement d'un espace économique d'échanges sain, dynamique et concurrentiel ;
 - △ L'émergence d'entreprises compétitives et performantes à travers la levée de tous obstacles liés à l'accès au marché ;
 - △ La lutte contre toutes les pratiques restrictives de concurrence ;
 - △ L'augmentation du volume de l'offre du marché, en termes de prix et de qualité ;
 - △ La protection du pouvoir d'achat des consommateurs.
- Ses structures ont ainsi pour mission de concrétiser un ensemble de mesures visant à :**
- △ la promotion et la vulgarisation des principes et règles du droit de la concurrence ;
 - △ la mise en œuvre d'un dispositif d'observation et d'analyse du marché ;
 - △ le suivi et l'analyse des marchés relevant des autorités sectorielles de régulation ;
 - △ l'analyse des affaires contentieuses de concurrence traitées par le Conseil de la Concurrence ;
 - △ l'encadrement du marché et des prix de certains produits stratégiques afin d'éviter tout dysfonctionnement au niveau de la sphère économique ;
 - △ le lancement d'actions permanentes de sensibilisation des acteurs et de communication en direction des médias ;
 - △ la conclusion d'actions de coopération avec les institutions internationales compétentes en matière de concurrence : Union Européenne (programme P3A notamment), CNUCED et institutions de concurrence étrangères principalement.



APN : le parlement, souvent sollicité

MARCHÉS DE GROS DES FRUITS ET LEGUMES LA DOUBLE EXIGENCE DE L'EFFICACITÉ COMMERCIALE ET DE L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE

La réalisation des infrastructures de commerce de gros des fruits et légumes, sur l'ensemble du territoire national, relève d'une ambition à hauteur des enjeux de demain. La conception de MAGROS, qui entend rompre avec les pratiques approximatives et parcellaires du passé, privilégie la vision stratégique du territoire dans son ensemble, et repose sur un constat étudié et partagé de la situation du secteur de la distribution, dans sa composante principale, les marchés de gros. Aussi, la prise en compte des demandes croissantes de la consommation et des défis et opportunités du développement durable sont-ils au cœur des préoccupations.

Le plan de développement (2013-2016) de la société MAGROS définit, de manière précise et pragmatique, les projections infrastructurelles de commerce de gros des fruits et légumes, à réaliser d'ici à 2016, en combinant l'impératif de l'aménagement du territoire, c'est-à-dire le rétablissement de l'équité et de l'équilibre durable entre les régions de notre territoire et l'impératif lié aux exigences de la pratique du commerce de gros et de l'économie moderne.

EMPLACEMENTS RÉGIONAUX DES PROJETS DE MARCHÉS DE GROS

Dans la recherche des meilleurs emplacements géographiques pour ses futurs marchés de gros de fruits et légumes, MAGROS a adopté une démarche reposant sur les quatre lignes directrices qui structurent le Schéma National d'Aménagement du Territoire (le SNAT), à savoir :

- △ La durabilité du territoire,
- △ Le rééquilibrage territorial
- △ L'attractivité et la compétitivité des territoires,
- △ L'équité territoriale.
- △ Les principaux critères pour le choix des sites ;
- △ Équilibre régional
- △ Bassins de production
- △ Bassins de consommation
- △ Taille de l'assiette
- △ Nature juridique du terrain
- △ Accessibilité
- △ Géomorphologie du terrain
- △ Proximité des grands axes routiers et ferroviaires
- △ Disponibilité de l'énergie et de l'eau
- △ Éloignement des sources de pollution et de danger
- △ Éloignement des agglomérations



L'approche adoptée, pour la sélection des emplacements des projets, a permis de retenir huit (08) sites pour des projets de marchés de gros de fruits et légumes qui seront réalisés sur une surface de 91 hectares sur 174 disponibles, des extensions futures étant prévues.

BOUCHARED	W. AÏN DELFA	12 HA
SIDI ABDEL- MOUMENE	W. MASCARA	32 HA
SÉTIF	W. SÉTIF	30 HA
AÏN OUESSERA	W. DJELFA	15 HA
AÏN BEIDA	W. OUARGLA	20 HA
AÏN BEN BEIDA	W. GUELMA	15 HA
OUED EL ATHMANIA	W. MILA	30 HA
	W. BISKRA	20 HA

Les projets présentent, chacun, une taille critique, non seulement en termes de surfaces, d'investissements et de création d'emplois, mais, aussi, sur des plans plus qualitatifs, qui les font émerger à l'échelle régionale ou nationale. Leur dimensionnement tient compte des règles prudentielles à observer dans la planification et l'investissement dans ce genre d'infrastructures.

À ce titre, la taille définie pour chacun des projets retenus, à réaliser à l'horizon 2016, est considérée avec une stratégie de phasage des extensions futures, en fonction des besoins qui s'exprimeront sur le long terme.

La définition de la dimension à donner aux futurs marchés de gros, cas par cas, s'articulent autour de 4 paramètres essentiels :

4 paramètres essentiels qui articulent la dimension des marchés de gros, cas par cas :

- △ Le niveau des volumes des productions agricoles du périmètre d'implantation du projet (zone d'influence),
- △ La spécificité et la saisonnalité de certaines cultures pratiquées dans la région du projet,
- △ La démographie de la zone d'influence du projet,
- △ L'existence de marchés de gros de F&L dans la zone, leurs importances et leurs perspectives.

MARCHES DE GROS MODERNES DE STANDARD INTERNATIONAL

La superficie globale est répartie comme suit :

- △ Voiries et parkings 60%
- △ Bâtiments commerciaux 25%
- △ Bâtiments annexes 10%
- △ Espaces verts 05%

Avec la réalisation de ces investissements, additionnés aux deux autres marchés de gros appartenant à MAGROS, EMAG-FEL SPA Attatba et Eurl EGMG Tlemcen, c'est au total 38 wilayas, comptant 34,22 Millions d'habitants, qui bénéficieront du rayonnement de ces espaces commerciaux régionaux. Ce plan permettra de développer une capacité supplémentaire d'environ 36 millions de quintaux/an en volume de flux de marchandises, correspondant à 27 % de la production nationale en fruits et légumes, qui s'élève à près de 130 millions de quintaux, selon les statistiques agricoles de 2011.

MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT

Les études nécessaires pour les projets, notamment les études topographiques, géotechniques, l'impact sur l'environnement et les études d'exécutions pour la réalisation des ouvrages projetés ont été diligentées sur l'ensemble des projets, durant l'année 2013, et le début de l'année 2014 afin d'entamer la phase réalisation.

Il est à signaler, par ailleurs, que les dossiers de demande de concession de terrains auprès du CALPIREF, et ceux concernant les avantages de l'ANDI, qui ont été introduits, ont abouti. Il est à noter aussi, que le dossier d'autorisation d'implantation d'un marché de gros est déposé pour six projets sur huit (6/8).

- △ 6/8 études topographiques sont terminées
- △ 6/8 études géotechniques sont terminées
- △ 7/8 études d'impact sur l'environnement sont terminées
- △ 4 études d'exécutions sont finalisées
- △ 2 études d'exécutions sont en cours de finalisation (1ère phase en cours)

Projets ayant fait l'objet d'une demande de concession de terrains auprès du CALPIREF, et ceux concernant les avantages de l'ANDI

- △ 8/8 projets ont bénéficié des avantages de l'ANDI.
- △ 4/8 projets ont obtenu l'accord du CALPIREF, relatif à l'assiette foncière.
- △ 2/8 sont en attente du décret exécutif portant sur la distraction et déclaration d'utilité publique.
- △ 1/8 projet est en attente



Maquette d'un futur marché de gros

La phase de réalisation est en cours d'exécution pour quatre projets, notamment le projet d'Ain Defla, de Sétif, de Guelma et de Djelfa, après sélection des entreprises retenues suivant la procédure de l'appel d'offres, et en cours de lancement pour deux projets, suivant le planning ci-dessous :

AVRIL 2015
LE PROJET DE MASCARA
AVRIL 2015
LE PROJET OUARGLA

Sur le plan opérationnel, plusieurs actions sont retenues :

- △ La finalisation des études préliminaires pour les projets de Mila et de Biskra,
- △ La finalisation de l'ensemble des études d'exécution,
- △ La maîtrise foncière de l'ensemble des assiettes de terrains des projets.
- △ Le lancement des travaux de réalisation de six projets de marchés de gros, sur les huit) retenus.

Ces ressources devront permettre à la société de mener la réalisation de son programme d'investissement, sans contrainte majeure, même avec la réévaluation des coûts de ses projets, qui ressort des études d'exécution, en cours de réception.

PLAN D' ACTIONS DE L'ANNÉE 2015

Le plan d'actions de l'EPE MAGROS Spa, au titre de l'année 2015, s'articule principalement sur deux axes : la consolidation de son organisation et la concrétisation des diverses opérations d'études et de travaux programmées.

CES RESSOURCES DEVRONT PERMETTRE À LA SOCIÉTÉ DE MENER LA RÉALISATION DE SON PROGRAMME D'INVESTISSEMENT, SANS CONTRAINTE MAJEURE

Sur le plan de l'organisation, il est prévu de soumettre au prochain Conseil d'Administration une proposition de restructuration du portefeuille, et une évaluation sur l'opportunité de reprendre 2 à 3 marchés de gros de fruits et légumes, appartenant aux entreprises ou aux collectivités locales. ■

FINANCEMENT DES PROJETS HORIZON 2016

1. Ces disponibilités financières s'élèvent actuellement à 964,85 millions de dinars. Elles correspondent, au reliquat de la dotation, en capital social et en fonds de démarrage et de roulement, décidée par le CPE au profit de MAGROS et de ses filiales.
2. Le concours bancaire, dont l'accord fut notifié par la BADR à MAGROS, en date du 13 mai 2014 pour un montant global de 12,09 Milliards de dinars.
3. la dotation complémentaire attendue de 3.5 Milliards de dinars.
4. Cette dotation complémentaire devait être attribuée dans le cadre de la Loi des Finances Complémentaire pour l'année 2011, conformément à l'alinéa 02 de la résolution n° 04/111 du 03/03/2011, du C.P.E.

01 BÂTIMENTS COMMERCIAUX	11 SALLE POLYVALENTE
02 ADMINISTRATION	12 STATION MULTI-SERVICES
03 ANTENNE D'UNE BANQUE	13 SHOW-ROOM
04 ANTENNE D'UNE ASSURANCE	14 MOTEL
05 POSTES DE SÉCURITÉ	15 RESTAURANT
06 SALLE DE PRIÈRE	16 CAFETERIAS
07 INFIRMERIE + PHARMACIE	17 LOCAL ASSOCIATION DES MANDATEURS
08 DIZAINES DE BOUTIQUES	18 BÂTIMENT DE TRI
09 DOUCHES	19 LOCAUX POUR SERVICES
10 SANITAIRES	20 PHYTOSANITAIRES ET CONTRÔLE
	21 DÉCHETTERIE

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL DE MAGROS

« *Il faut développer un réseau de zones d'activités commerciales* »

Dans cette courte interview que le directeur général de MAGROS nous a accordée, il donne sa conception de ce que doit être la grande distribution en Algérie, avec ce qu'elle implique comme impact positif sur les coûts, la disponibilité, la qualité de service etc. Il n'occulte cependant pas les difficultés rencontrées, notamment dans la zone littorale où se concentrent le tissu urbain et une grande partie de la population. Il souhaite, surtout, adapter la politique de distribution par la création d'un réseau de zones d'activités commerciales.



Abdelaziz Khettabi

« Il y a lieu de considérer, aussi, un autre paramètre très important et spécifique au marché de gros de fruits et légumes, c'est son emplacement adéquat par rapport aux axes routiers, aux bassins de productions, aux centres de consommation et plusieurs autres critères techniques, tels la topographie du terrain, auxquels doit répondre le site d'implantation pour la réussite du projet. »

LCR - Le ministre du Commerce, en évoquant les marchés de gros, a souvent demandé que des efforts soient faits dans le domaine architectural. Pouvez-vous nous dire quelques mots sur le sujet ?

A.K - L'aspect architectural est pris en charge dans la conception des projets, qui sont prévus aux normes internationales (dimensionnement des espaces, les services offerts, etc.), avec une architecture adaptée à celle de l'environnement de sa zone d'implantation.

LCR - Les grands centres urbains, à l'instar d'Alger et d'Oran, souffrent de l'absence d'infrastructures appropriées en matière de marchés de gros. Existe-t-il des projets dans ce domaine ?

LCR - Beaucoup reste à faire en matière de grande distribution. A l'instar d'autres investisseurs qui s'en plaignent, rencontrez-vous des difficultés en matière de foncier ?

Abdelaziz Khettabi - Certainement, surtout lorsqu'on tient compte des grandes superficies exigées pour l'implantation d'un marché de gros d'envergure nationale ou régionale, avec la projection de son extension à long terme, à 2030, conformément à la loi 20-01, portant Schéma National de l'Aménagement du territoire (SNAT).

Il y a lieu de considérer, aussi, un autre paramètre très important et spécifique au marché de gros de fruits et légumes, c'est son emplacement adéquat par rapport aux axes routiers, aux bassins de productions, aux centres de consommation et plusieurs autres critères techniques, tels la topographie du terrain, auxquels doit répondre le site d'implantation pour la réussite du projet.

De ce fait, le problème devient plus compliqué, car ces exigences ne sont satisfaites, dans tout le Nord, en général, que dans les zones agricoles.

A ce propos, il est important de signaler que sur les 8 projets lancés par Magros, les 4 projets les plus importants (Sétif, Mascara, Oued Athmania, et Ain Defla) sont implantés sur des terrains agricoles, qui ont nécessité le déroulement de la procédure de distraction, toujours en cours.



A.K - Oui. Oran est doté d'un marché de gros de 12 hectares (EL Karma) et pour le reste de la région Ouest, la réalisation d'un important projet, sur une superficie de 16 hectares, extensible à 32 hectares, est lancée par Magros, à Sidi Abdelmoumene (Wilaya de Mascara).

Pour la région Est, la réalisation d'un important projet, sur une superficie de 15 hectares, extensible à 30 hectares, est lancée par Magros, à Ain Sfiha (Wilaya de Sétif). Pour Alger, l'ambition de la société est de réaliser un marché de gros à rayonnement national. Les démarches entreprises pour une réservation d'une assiette de terrain de 50 hectares, sont toujours en cours.

LCR - Peut-on envisager, à terme, de sortir de la logique des marchés de gros spécialisés pour aller vers des centres du genre du marché parisien de Rungis ?

A.K - Tout d'abord, il y a lieu de préciser que ce Marché s'appelle Marché International de Rungis, donc sa vocation est internationale. Ceci étant dit, en France il existe plus de 18 marchés de gros à caractère régional ou national, qui interviennent dans la distribution au stade de gros sur tout le territoire de ce pays. Mais chez nous, pour arriver à imposer ce modèle de fonctionnement il faut réunir les conditions en amont, au niveau de la production (produire aux normes internationales, conditionner les produits etc.). Il y a lieu de régler énormément de choses avant.

LCR - Si vous aviez un souhait à émettre en vue d'arriver rapidement à l'adaptation et à la modernisation de la distribution, lequel exprimeriez-vous ?

A.K : Développer non seulement la Grande Distribution mais aussi mettre en place très rapidement un réseau de zones d'activité commerciales. Les impacts seraient nombreux à différents niveaux et toucheraient également différents secteurs. ■

IMPACT DU DÉVELOPPEMENT DE LA GRANDE DISTRIBUTION

- △ Régler en grande partie le problème de la distribution au stade de gros de beaucoup de produits ;
- △ Contribuer à la planification de la production agricole (développement de l'outil de production pour pouvoir produire suffisamment en quantité et en qualité, amélioration de la rentabilité des exploitations agricoles) ;
- △ Maîtriser et réduire les coûts de beaucoup de produits, grâce à la logique de ce qu'on appelle le circuit court (élimination des intermédiaires).
- △ Atténuer la tension sur les marchés de gros, dès lors qu'une grande partie des produits distribués par ce modèle ne transiteront plus par les marchés de gros.
- △ Réduire considérablement, sinon éradiquer, le commerce informel pour les produits concernés.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE DE LA CACI À L'OMBRE DU REFLUX DES COURS DU BRUT

La première assemblée générale ordinaire post élections de la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie s'est tenue le 20 janvier 2015 à l'hôtel Aurassi, sous la présidence de Laïd Benammor, porté à la tête de l'institution à l'issue des dernières élections. Intervenant dans un contexte marqué par une nette baisse des prix des hydrocarbures sur le marché mondial, les débats ont été dominés par les thématiques de la relance des investissements économiques et la nécessaire maîtrise du commerce extérieur, même si la révision des statuts de la CACI a été évoquée, à son tour, avec insistance.



Le pétrole ne peut remplacer indéfiniment le fruit du travail

En présence du ministre du Commerce et de nombreux cadres supérieurs du ministère qui l'accompagnaient, des représentants de toutes les Chambres de Commerce et d'Industrie, des représentants d'organisations patronales à l'instar du président du Forum des Chefs d'Entreprise, Ali Haddad, d'opérateurs économiques et commerciaux, de syndicalistes et d'experts, les travaux de l'assemblée générale de la CACI ont été ouverts par son directeur général, Mohamed Chami.

Après un mot de bienvenue et après la déclinaison du programme de l'assemblée générale, la parole a été donnée au président de la CACI, Laïd Benammor, élu à la faveur de la dernière consultation. Le président de la CACI a d'emblée inscrit son intervention dans le contexte général marqué par un reflux important des cours du brut, estimant qu'à ce niveau un discours franc et sincère s'impose et que, désormais, toutes les énergies doivent être mobilisées « pour remporter la bataille de la croissance. »

N'hésitant pas à évoquer un contexte de crise, il a néanmoins affirmé que le pays peut en « sortir plus fort », si l'effort d'adaptation « aux réalités nouvelles qui s'imposent à nous » est consenti. Il s'agirait donc, entre autres, d'« engager des réformes attendues depuis plus de 20 ans par des milieux économiques qui alertaient sur la nécessité de diversifier l'économie », en cohérence avec des « choix budgétaires et financiers » appropriés.

Ainsi, « le système fiscal » demande plus de « souplesse et de flexibilité », le système bancaire doit devenir « un moteur de croissance de l'économie et non un frein à celle-ci » tandis que le foncier devra cesser, de par sa rareté, d'être « un handicap majeur à l'investissement. » Mais il convient aussi de traiter de tous les fléaux, sans tabou, et de s'y attaquer fermement. C'est le cas des circuits informels qui brassent des volumes dangereux pour l'économie formelle, et de l'évasion fiscale qui serait « estimée à 5000 Milliards de dinars », soit l'équivalent de « 40 Milliards de dollars US » par an.

PRENANT LE RELAI, LE PRÉSIDENT DU FORUM DES CHEFS D'ENTREPRISE (FCE), ALI HADDAD, AVEC SES PROPRES TERMES, ABONDERA GLOBALEMENT DANS LE MÊME SENS, METTANT L'ACCENT SUR LA NÉCESSAIRE OUVERTURE DE TOUS LES SECTEURS D'ACTIVITÉ, SANS DISCRIMINATION.

Le président de la CACI affirmera, enfin, qu'il faut « aider nos entreprises », que cette aide ne relève pas d'un « choix idéologique » mais d'un « choix stratégique », avant de se dire favorable à un débat national sur toutes ces questions.

Prenant le relais, le président du Forum des Chefs d'Entreprise (FCE), Ali Haddad, avec ses propres termes, abondera globalement dans le même sens, mettant l'accent sur la nécessaire ouverture de tous les secteurs d'activité, sans discrimination. Un expert, invité pour la circonstance, a axé son intervention, pour sa part, sur l'investissement dans l'homme et l'acquisition du savoir

et des savoir faire en matière économique, commerciale, managériale et technologique. Dans une courte allocution, le ministre du Commerce, Amara Benyounes, dont la présence témoigne de tout l'intérêt qu'il porte aux Chambres de Commerce et d'Industrie, s'est d'abord félicité du déroulement des dernières élections à la tête de la CACI et des CCI, caractérisées par des scrutins démocratiques et transparents.

Evoquant le rôle que doivent jouer ces institutions dans l'effort national de développement de l'investissement économique et de promotion de la production nationale, il tempère néanmoins l'inquiétude suscitée par la chute des prix du pétrole, sans en ignorer l'impact, rappelant, entre autres, les capacités du pays à faire face à la situation.

Il n'insiste pas moins sur la nécessité de continuer dans la voie des réformes engagées en vue d'une mise à niveau de l'économie nationale avec, comme objectif avéré, d'augmenter et de diversifier les exportations et de diminuer

LES ALGÉRIENS ONT VU LEUR NIVEAU DE VIE AUGMENTER DE MANIÈRE PRODIGIEUSE ET ONT DONC ACQUIS DES HABITUDES DE CONSOMMATION AVEC LEURS EXIGENCES EN MATIÈRE DE DISPONIBILITÉ, DE QUALITÉ ET DE PRIX.

le volume des importations, sans toutefois attenter aux engagements internationaux de l'Algérie, et dans le respect des lois de l'offre et de la demande et de l'économie de marché.

Pour cela, a-t-il indiqué, il faut que les Algériens apprennent à consommer algérien.

Mais les Algériens ont vu leur niveau de vie augmenter de manière prodigieuse et ont donc acquis des habitudes de consommation avec leurs exigences en matière de disponibilité, de qualité et de prix.

Aussi, si l'Etat a le devoir d'œuvrer à faciliter et à réhabiliter l'acte d'investir, de produire et de commercer, s'il s'engage à protéger l'entreprise algérienne, il n'en demeure pas moins que, pour sa part, celle-ci a des efforts à fournir en matière de compétitivité, pour convaincre le consommateur algérien.

S'en est suivi un débat au cours duquel tous les sujets ont été abordés dans un climat de grande franchise. La question relative à la révision des statuts de la CACI et des CCI est revenue comme un leitmotiv.

À ce propos, le ministre du Commerce s'est dit tout à fait disposé à procéder à cette révision et qu'il attend les propositions des parties intéressées.

Il a souligné toutefois que les futurs statuts doivent rester équilibrés, s'inspirer des institutions équivalentes dans les pays développés, l'administration ne pouvant se démettre de ses obligations dans l'orientation et la gestion. ■

LA CHAMBRE ALGÉRIENNE DE
COMMERCE ET D'INDUSTRIE

UN CATALYSEUR POUR L'ÉCONOMIE ET LE COMMERCE

Outre qu'elle assure la relance des activités des organes élus, notamment les commissions techniques, la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie met à la disposition de l'entreprise des informations économiques à travers des actions d'animation et des rencontres entre les communautés d'affaires, à l'effet de contribuer au développement de l'entreprise sur le plan national et à son intégration dans la sphère économique internationale.



2015 : DES PERSPECTIVES ET DES AMBITIONS

A côté de nombreux événements qui seront annoncés le moment venu, les premières éditions du salon international de la datte (SIDAB) et de « Tijara Equip Expo », ainsi que la troisième édition du Salon national inversé de la sous-traitance (SANIST), seront les manifestations phare de la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie au courant de cette année 2015.

PREMIÈRE ÉDITION DU SIDAB : UN ÉVÈNEMENT D'ENVERGURE INTERNATIONALE

La première édition du salon international de la datte (SIDAB) se tiendra du 21 au 24 mars à Biskra. Cet événement, premier de son genre, est organisé par la Chambre de Commerce et d'Industrie des Zibans. Ce salon s'articulera autour de trois volets : un volet production et commercialisation de la datte, un volet

équipements relatif au matériel et outillage nécessaires au travail de la datte et, enfin, un volet scientifique permettant de faire le point sur l'avancement des recherches dans le domaine de la datte et les échanges de connaissances et expériences avec des experts nationaux et étrangers.

Le salon sera ouvert aux professionnels comme au grand public. Les visiteurs pourront profiter de différents espaces à thèmes parmi lesquels les espaces d'expositions, l'espace consacré aux conférences scientifiques et thématiques, un espace de rencontre B to B ainsi que l'espace dédié au concours du « meilleur grimpeur ». Il est aussi à noter que des visites d'ateliers de traitement de la datte et de palmeraies peuvent être organisées durant le salon.

Le salon international de la datte aspire une concertation entre les différents acteurs intervenants dans

LE SIDAB OFFRE AUSSI AUX
PRODUCTEURS L'OPPORTUNITÉ
DE CONNAÎTRE DES FOURNISSEURS
NATIONAUX ET ÉTRANGERS
D'ÉQUIPEMENTS ET MATÉRIELS
NOUVEAUX DANS LE BUT DE DÉVELOPPER
ET D'AMÉLIORER LEUR PRODUCTIVITÉ.

le domaine de la datte, notamment les producteurs, les distributeurs, les exportateurs, les agronomes, les industriels, les banquiers et les pouvoirs publics et ce, dans le but de débattre des préoccupations des différents acteurs, d'identifier les contraintes rencontrées et préconiser les solutions nécessaires. Cet événement offre aussi aux producteurs l'opportunité de connaître des fournisseurs nationaux et étrangers d'équipement et matériels nouveaux dans le but de développer et d'améliorer leur productivité. L'aspect scientifique de cette manifestation est aussi important que l'aspect commercial ou industriel.

En effet, beaucoup de chercheurs et de scientifiques vont profiter de cette



La datte en tête des exportations hors hydrocarbures

LA PREMIÈRE ÉDITION DE **TIJARA EQUIP EXPO** OUVRIRA SES PORTES DU 22 AU 25 AVRIL 2015, AU PALAIS DES EXPOSITIONS DES PINS MARITIMES.

occasion pour exposer les résultats de leurs travaux scientifiques et de partager leurs connaissances et expériences dans le but de partager le savoir et le savoir-faire.

L'organisation annuelle de ce salon jouera un rôle primordial dans la culture des palmiers dattiers qui occupe, en Algérie, près de 160 000 hectares comportant près de 18 millions de palmiers et repartis sur 17 wilayas du sud de l'Atlas saharien. Tout en soulignant que la production annuelle moyenne de dattes, toutes variétés confondues, tourne autour de 700 000 tonnes, ce qui la classe au 6ème rang mondial, derrière l'Arabie Saoudite, l'Iran, les Emirats Arabes Unies, le Pakistan et l'Égypte, leader mondial dans le secteur.

Le palmier dattier constitue un pivot de l'écosystème oasien des régions sahariennes et présahariennes de l'Algérie. La datte occupe une place importante tant dans l'alimentation humaine et animale dans les régions citées que parmi les productions arboricoles au niveau national ainsi que dans le volume des exportations agricoles algériennes. Elle constitue le premier

poste d'exportation dans les produits agricoles avec 40% du montant total de ces dernières. Ces quelques indicateurs montrent l'importance de se pencher sur la production et la commercialisation de la datte algérienne et de lui consacrer un événement qui vise notamment à mieux faire connaître ce produit, à le promouvoir, à renforcer les relations entre différents agents économiques et acteurs institutionnels, à accroître son potentiel de production et d'exportation et à confronter l'entreprise algérienne avec celle d'autres pays. Biskra constitue incontestablement la région la plus propice pour accueillir le SIDAB. En effet, elle est la première région algérienne dans :

- △ La plantation de palmiers dattiers avec près de 5 000 000 d'unités.
- △ La superficie, avec 46 000 hectares de palmiers dattiers.
- △ La production de dattes toutes variétés confondues de 220 000 tonnes.

Le SIDAB a donc pour finalité essentielle la promotion de la datte algérienne et de sa culture, ainsi que le développement de la région de Biskra.

PREMIÈRE ÉDITION DE « TIJARA EQUIP EXPO » : LES ÉQUIPEMENTS À L'HONNEUR

La première édition du salon International des équipements pour le commerce, « Tijara Equip Expo », ouvrira ses portes du 22 au 25 Avril 2015, au palais des expositions des pins maritimes. Il est organisé par La Chambre Algérienne de Commerce et de l'Industrie et parrainé par le ministre du Commerce, Amara Benyounes, en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie Suisse-Algérie et le World Trade Center Algeria.

Il apparaît que le commerce de détail en Algérie constitue un marché important et recèle un potentiel de croissance notable pour ce qui touche aux activités d'agencement de fournitures d'équipements et services destinés à l'exercice du commerce de détail et de la distribution.



DANS LE CAS D'UN SALON INVERSÉ,
LES EXPOSANTS SONT LES ACHETEURS
QUI EXPRIMENT LEURS BESOINS
EN ACHATS DE PRODUITS,
FOURNITURES OU SERVICES.

Ce marché est favorisé par la croissance de la consommation due à la croissance de la population, ainsi que l'amélioration du pouvoir d'achat et les progrès enregistrés dans le domaine de la communication et de la publicité, en y ajoutant la lutte massive contre l'informel menée par les autorités publiques.

De fait, beaucoup des investissements réalisés récemment dans la grande distribution, à travers notamment le lancement de plusieurs hypermarchés, ainsi qu'à travers la réalisation de centres commerciaux, constituent des éléments révélateurs des tendances à la modernisation du commerce de détail en Algérie.

C'est dans ce cadre que la Chambre Algérienne de Commerce et de l'Industrie se propose d'organiser, pour la première fois en Algérie, un salon international professionnel dédié à la fourniture de matériels, d'appareils, d'outillage et d'accessoires nécessaires à l'agencement et à l'équipement des magasins de commerce de détails.

L'objectif principal du salon « Tijara Equip Expo » est de promouvoir, développer et moderniser le secteur de la distribution et du commerce en Algérie et de permettre aux visiteurs, commerçants dans leurs majorité, de rencontrer des exposants nationaux et étrangers d'équipements, de matériels, d'accessoires et d'outillage nécessaires

à l'exercice de l'activité de commerce et de distribution. En notant qu'environ 620 000 opérateurs exercent dans le commerce de détail et qu'il existe plus de 2860 grandes surfaces à travers tout le territoire national, dont près de 86% sous forme de superettes, 12% de supermarchés et 2% d'hypermarchés, « Tijara Equip Expo » leur donnera l'occasion de trouver des solutions pour l'optimisation de l'espace de vente et de véhiculer les valeurs et l'image du magasin afin d'acquérir une nouvelle clientèle. Pour les visiteurs qui sont généralement des propriétaires de magasins, grandes surfaces, responsables marketing, responsables commerciaux, détaillants, artisans, futurs commerçants, directeurs des achats..., le salon leur offre l'opportunité de découvrir les nouveaux fournisseurs à l'échelle nationale et internationale, ainsi que les dernières innovations et nouveautés du monde des équipements professionnels et les dernières tendances du secteur d'exposition (présentoir antivol, Body scanner, équipements de système de fidélisation/carte de fidélité, les logiciels de caisse et gestion du magasin système self check out, identification automatique et traçabilité ...) et bien plus encore.

LE SANIST DANS SA TROISIÈME ÉDITION : CONCILIER L'OFFRE ET LA DEMANDE

La troisième édition du Salon national inversé de la sous-traitance, SANIST, se tiendra du 13 au 16 avril 2015 au palais des expositions, SAFEX, et ce sous le haut patronage du Président de la République et du ministère de l'Industrie et des Mines.

En marge de l'exposition qui durera quatre jours, un programme de conférence portant sur différents thèmes relatifs à la sous-traitance est prévu. Cependant, des rencontres B to B seront organisées sur la base des demandes formulées par les receveurs d'ordre lors de leur inscription en ligne sur le site du salon www.sanist.dz.

Le concept de salon inversé est utilisé de par le monde, principalement dans le domaine de la sous-traitance. Un salon classique est un espace physique où se rencontrent des vendeurs et des acheteurs, les premiers exposant les produits ou les services qu'ils fabriquent ou qu'ils fournissent et les seconds venant en visiteurs rencontrer les vendeurs et voir leurs produits ou services sur leurs stands.

Dans le cas d'un salon inversé, les exposants sont les acheteurs qui expriment leurs besoins en achats de produits, fournitures ou services. Les vendeurs viennent en visiteurs pour prendre connaissance des besoins des acheteurs et tenter d'y répondre selon des conditions techniques et commerciales qui se négocient entre les deux parties.



Encourager l'exportation du produit national

L'ARBITRAGE DEMEURE LE MODE
DE RÈGLEMENT DES LITIGES LE PLUS
ADAPTÉ AUX IMPÉRATIFS DE SOUPLASSE
ET DE CÉLÉRITÉ.

Sont admises pour exposer au SANIST, les entreprises recherchant des receveurs d'ordre de droit algérien pour s'approvisionner en composants ou semi produits à incorporer dans leurs productions finales. C'est le cas des entreprises industrielles activant dans la mécanique, la construction métallique, l'électricité, l'électronique, l'électroménager, ... Elles peuvent aussi s'approvisionner en pièces et articles nécessaires à la maintenance et à la réparation de leurs équipements de production ou de leurs parcs d'engins, lorsque les volumes des achats sont significatifs. C'est le cas des entreprises activant dans les secteurs des hydrocarbures, de l'énergie électrique, des mines, des industries pétrochimiques, de la sidérurgie, de la métallurgie, des cimenteries, des briqueteries, des travaux publics, des transports terrestre, ferroviaire, aérien, maritime, de la réparation navale et des industries manufacturières.

Organisatrice de cet événement purement professionnel, la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie vise à améliorer la connaissance du potentiel de production nationale et permettre à un maximum de donneurs d'ordre de découvrir de nouveaux receveurs d'ordres, de les rencontrer et de connaître de nouvelles capacités productives. Aussi encourage-t-elle à substituer la production nationale aux importations, accroître l'intégration

économique industrielle nationale par le développement de la sous-traitance et contribuer à la résorption du chômage à travers l'accroissement de l'utilisation des capacités de production. L'expérience des éditions précédentes de ce salon ont également prouvé que ce genre de manifestations avait tendance à booster les relations de sous-traitance entre les entreprises nationales industrielles, grandes entreprises, PMI et micro entreprises et renforcer le tissu industriel. Le taux de participation était de 54 entreprises nationales sur une surface totale de 1800 m² à la 1ère édition et 64 exposants sur une surface totale de 1500 m² à la 2ème édition dans divers secteurs d'activité comme : énergie, mines, transport, production industrielle, défense nationale, etc.

Le nombre de visiteurs, il a atteint plus de 750 visiteurs professionnels lors du SANIST 2011, dont 70% dans l'industrie, 22% dans les services, 6% dans les BTP et 2% dans divers domaines de la sous-traitance. Dans la deuxième édition du SANIST (2013), le nombre enregistré était de 650 visiteurs professionnels dont 60% dans l'industrie, 30% dans les services, 5% dans les BTP et 5% dans divers domaines de la sous-traitance. Des conférences ont été organisées pour les deux éditions du SANIST 2011 et 2013 et des thèmes d'actualité ont été abordés et animés par des représentants du ministère de

l'Industrie et des consultants de renom. De même, des rencontres B to B entre visiteurs et exposants ont eulieu. Ainsi, 50 rendez-vous d'affaires au SANIST 2011 et 300 rendez-vous d'affaires au SANIST 2013 ont été préparés pour arriver à l'objectif de conclure des contrats de sous-traitance ou d'ouvrir des perspectives de contrats de commande.

Les exposants et les visiteurs dans leur majorité, lors des deux éditions précédentes, ont considéré qu'ils ont eu un nombre de contacts assez important ou très important. Les exposants ont estimé qu'ils pourraient réduire leurs factures d'importations de produits et services à la suite de leur participation au SANIST et ont exprimé leur souhait de participer à la troisième édition du salon en 2015.

EXPORTAL : UNE VITRINE VIRTUELLE POUR LE PRODUIT ALGÉRIEN

Dans le cadre de la politique algérienne de développement des exportations, La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie met à la disposition des opérateurs un espace d'exposition virtuelle de l'offre algérienne sous le nom de « Exportal ». Cette vitrine virtuelle met en valeur les produits et services algériens à l'exportation en les rendant visibles à travers le monde.

Le but ultime de cette initiative est de faire la promotion et la publicité du produit algérien destiné à l'exportation. La publicité et la communication jouant toutes les deux un rôle important dans le commerce de manière générale, elles sont essentielles au développement de l'exportation. Elles tendent à inciter une cible donnée à adopter un comportement d'achat en faveur du produit mis à l'honneur. Exposer le produit algérien destiné à l'exportation c'est adopter une stratégie publicitaire basée sur l'image, l'information et l'incitation à l'achat. Avec la vulgarisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication en Algérie, de nouveaux canaux s'ouvrent à nous pour faire connaître nos produits en outre-mer.

En effet, franchir les frontières géographiques pour atteindre des cibles éloignées est devenu plus facile et à des coûts dérisoires alors que les méthodes et supports classiques requéraient des budgets plus importants. Exportal offre, ainsi, aux entreprises algériennes une visibilité jamais égalée à l'échelle internationale.

Cette vitrine virtuelle donne aux exportateurs algériens la possibilité de communiquer et d'atteindre des cibles étrangères autrefois inaccessibles. En tant qu'institution au service de l'entreprise algérienne en particulier et de l'économie algérienne de manière générale, la Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie considère le développement de l'exportation comme une priorité dans l'exécution de ses missions.

C'est pourquoi la CACI a jugé important de créer, gérer et maintenir à jour le flux d'informations publiées sur « Exportal ». Cette vitrine virtuelle est devenue une référence Web permettant aux internautes du monde entier de consulter l'offre algérienne à l'exportation. Aussi, l'interaction directe avec les producteurs algériens ouvre-t-elle la voie à des possibilités d'exportation de produits algériens vers des marchés extérieurs.

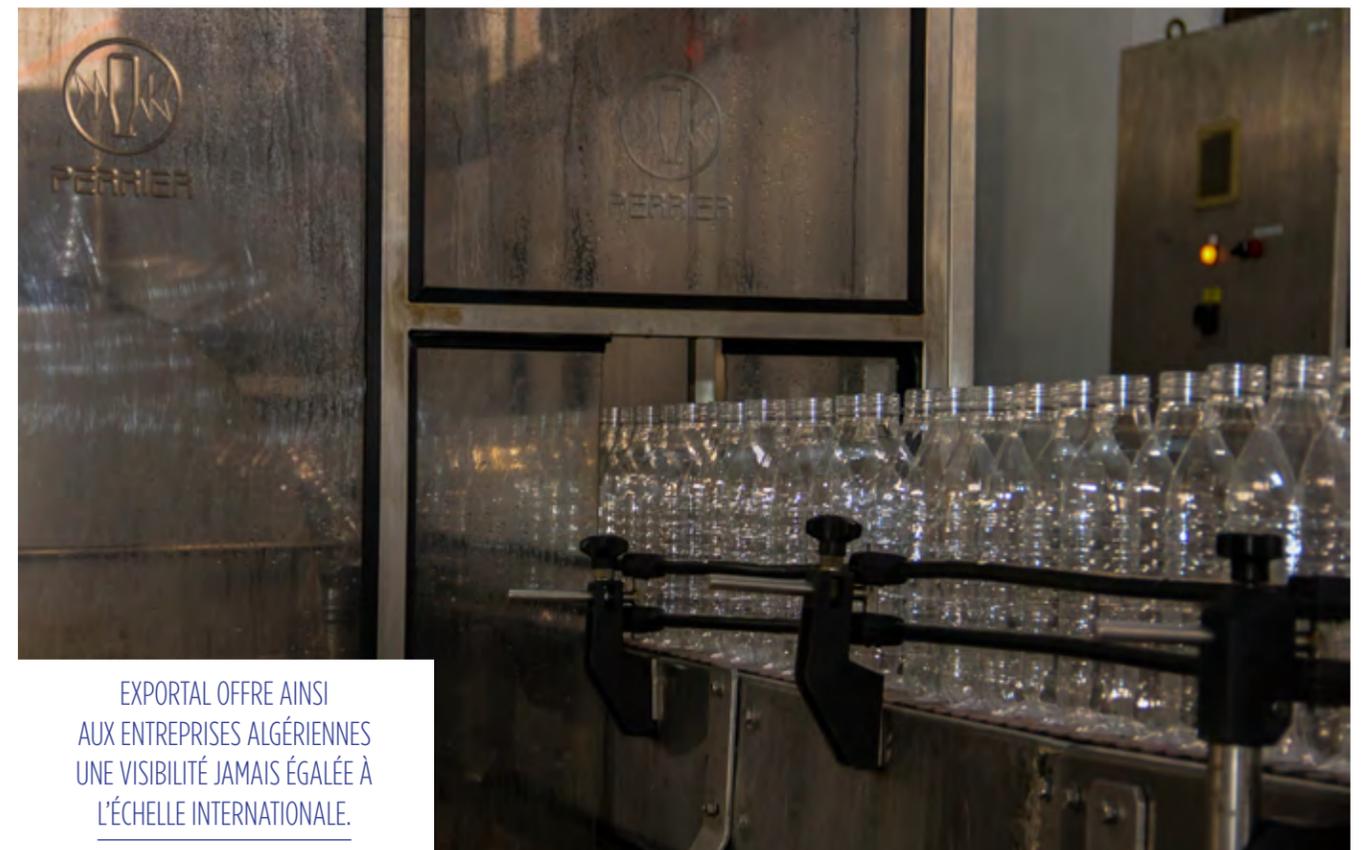
Ceci étant, les ambitions de la CACI quant à cette vitrine virtuelle deviennent plus intéressantes lorsqu'on sait que cette dernière vise à fournir aux exportateurs la possibilité d'exposer, virtuellement,

leurs gammes de produits et d'afficher les informations techniques et commerciales correspondantes.

Cette visibilité sera plus concrète grâce aux efforts qui accompagnent la mise en place du site Web à travers la promotion auprès d'organismes homologues étrangers et des ambassades, et la promotion lors des manifestations économiques et commerciales.

LA DIVERSIFICATION DE L'EXPORTATION POUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCONOMIE

Bien que le tissu productif algérien se soit développé à la faveur des politiques adoptées depuis les années 2000 et grâce à une demande intérieure qui n'a cessé d'augmenter, le produit algérien manque de visibilité sur les marchés étrangers. En conséquence, la demande y est presque absente. Pourtant, la question est cruciale : l'économie algérienne est largement dépendante des recettes des exportations des hydrocarbures (plus de 97%) et ce, en dépit du potentiel



EXPORTAL OFFRE AINSI AUX ENTREPRISES ALGÉRIENNES UNE VISIBILITÉ JAMAIS ÉGALÉE À L'ÉCHELLE INTERNATIONALE.

considérable en termes de ressources et de facteurs de production, des marchés accessibles par leur proximité géographique et par les accords et conventions signés par le pays.

L'enjeu économique est donc important pour le pays, qui doit assurer un équilibre financier pour les années à venir afin de répondre aux besoins qui ne cessent d'augmenter et qui se chiffrent à plus de 50 milliards de dollars américains actuellement. La politique de développement des exportations mise en place depuis plusieurs années par les autorités, à travers des dispositifs d'aide, d'encouragement et la facilitation des procédures administratives à l'exportation, ne peut donner ses fruits sans l'appropriation des bonnes pratiques en matière d'accès aux marchés étrangers, notamment la publicité.

EXPORTAL : FLEXIBLE, INTUITIVE, INTERACTIVE ET MULTILINGUE

Le site web « Exportal » est administré par la CACI, à travers une interface

qui permet la validation des comptes d'entreprises et de leurs contenus. Les exportateurs reçoivent leur nom d'utilisateur et mot de passe dès leur inscription.

Ils accèdent directement et à distance à leur session pour insérer les données relatives aux gammes et produits à exposer, ce qui leur garantit une grande autonomie dans la gestion de leur propre espace d'exposition virtuelle. Nous citons ci-dessous les plus importantes caractéristiques techniques de la vitrine « Exportal » :

L'interface d'administration offre aux chefs d'entreprises la possibilité de déléguer la gestion opérationnelle de l'espace d'exposition à leurs collaborateurs compétents et ce par la création de sessions « collaborateurs ».

La plate-forme est conçue pour recevoir et afficher des données très variées sur l'entreprise (coordonnées, chiffres d'affaires, employés, capital social, pays d'exportation, etc.) ainsi que sur les produits (matières premières, dimensions, conditionnement,

conditions commerciales, etc.). L'interface administrative est facile à l'utilisation et ne requiert aucune formation ni initiation. Les visuels qui correspondent à toutes les étapes d'utilisation permettent une familiarisation rapide et facile. L'interface publique du site est aussi facile à exploiter, il se caractérise principalement par un espace de recherche qui orne le centre de la page web.

La particularité de la vitrine virtuelle est qu'elle est orientée exclusivement « produit », comparativement avec les annuaires des exportateurs que la CACI édite annuellement. Cette approche est traduite par une mise en valeur du produit à travers un affichage en image et une animation par défilement. « Exportal » donne aux utilisateurs du site la possibilité d'interagir avec les fabricants dont les produits sont jugés intéressants dans le but d'obtenir des informations supplémentaires.

La vitrine est présentée en trois langues afin d'élargir l'audience et de toucher un maximum de cibles,



c'est à dire de potentiels acheteurs étrangers.

L'exposant exportateur peut obtenir quotidiennement des indications sur la fréquence des visites sur ses produits. Ceci l'aidera à mieux orienter sa stratégie communicative afin d'atteindre de nouvelles cibles.

Des cadres de la CACI veillent à répondre à toutes les questions posées par les utilisateurs et à fournir les solutions aux difficultés rencontrées. Dans le but d'encourager les entreprises à franchir le pas pour passer à l'exportation, le service d'exposition sur la vitrine virtuelle « Exportal » est offert aux exportateurs algériens.

SALIMEX, UN SYSTÈME D'INFORMATIONS EN PERSPECTIVE

Le Système Algérien d'Informations sur les Marchés Extérieurs, SALIMEX, est en cours de réalisation au niveau de la Chambre Algérienne de Commerce et de l'Industrie. Ce système d'informations est destiné aux exportateurs

algériens afin de leur fournir toutes les données nécessaires sur les marchés extérieurs et vise, de ce fait, à offrir aux concernés une information pertinente sur les marchés de plusieurs pays, leur permettant, ainsi, de disposer des renseignements nécessaires et utiles pour aborder ou pénétrer lesdits marchés. SALIMEX a pour objectif premier d'améliorer l'offre de services d'informations fournies par le dispositif d'appui et d'accompagnement des exportateurs Algériens sur les marchés extérieurs. Plusieurs dispositifs seront mis en place à cet effet : une veille commerciale et informative sur les marchés avec la participation des services économiques des représentations diplomatiques à l'étranger ainsi que l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC). Les exportateurs algériens pourront bénéficier d'un accompagnement sûr, efficace et rapide lors de leurs démarches d'investigation, d'identification et d'information sur les marchés de pays étrangers. Cette nouvelle démarche leur épargnera de se tourner vers des sites (souvent gouvernementaux) étrangers pour trouver des réponses à leurs préoccupations et attentes.

AU NIVEAU DE LA CHAMBRE ALGÉRIENNE DE COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE, LA CELLULE SALIMEX RÉCEPTIONNE TOUTES LES DONNÉES ET PROCÈDE À LEUR MISE EN FORME FINALE AFIN DE LES DIFFUSER VIA LE WEB.

Au niveau de la Chambre Algérienne de Commerce et de l'Industrie, la cellule SALIMEX réceptionne toutes les données et procède à leur mise en forme finale afin de les diffuser via le web. Une fois opérationnel, ce service sera offert gratuitement aux exportateurs ainsi qu'à tous les utilisateurs, et permettra une diffusion sélective d'informations vers des profils d'utilisateurs préalablement définis.

CENTRE D'ARBITRAGE DE LA CACI : DENOUER LES LITIGES COMMERCIAUX

À l'instar des chambres de commerce de par le monde, la Chambre Algérienne de Commerce et de l'Industrie s'est dotée d'un centre d'arbitrage et de médiation avec, comme objectif premier, d'offrir



aux entreprises un mode alternatif de règlement des différends économiques et commerciaux. Après la modification du Code de Procédure Civile par le décret-loi n° 93.09 du 25 avril 1993, les entreprises privées et publiques peuvent recourir sans équivoque à l'arbitrage interne et international pour régler leurs litiges économiques et commerciaux. La CACI s'est introduite pour ce fait dans les structures du commerce international, en associant les connaissances et l'expérience de ses responsables avec celles des personnalités du monde des affaires et du monde judiciaire. De cette alliance est né le comité ICC Algérie. Depuis 2001, la CACI et le comité ont organisé et participé à six séminaires et colloques sur l'arbitrage international. Le comité a pour missions principales de promouvoir le commerce international et de favoriser le règlement des litiges en la matière, par la conciliation et l'arbitrage. La Chambre Algérienne de Commerce et de l'Industrie s'est investie pour permettre aux entreprises de tirer profit de ce mode de règlement plutôt que de le subir. L'avantage principal du recours à ces différents mécanismes, est la confidentialité. Les audiences n'étant pas publiques,

permettent aux participants de se focaliser sur les modes de règlement des litiges commerciaux. Ces derniers aident les entreprises à trouver les solutions adéquates à leurs problèmes contractuels dans un cadre totalement privé (à huis clos). L'autre avantage consiste en la célérité du traitement du contentieux, ce qui, dans le monde des affaires, est un critère déterminant d'efficacité. Des procédures ont été établies pour que les litiges soient résolus à l'amiable. Afin de faciliter l'accès au centre de Médiation et d'Arbitrage de la CACI, les clauses relatives à cet effet sont aujourd'hui introduites dans les contrats conclus par les entreprises. A défaut et même en l'absence de ce type de clauses, les parties peuvent, d'un commun accord, soumettre le règlement de leur litige au centre d'arbitrage. Ainsi, la CACI offre une possibilité de solution à toute entreprise ayant un litige commercial avec une autre, à travers un arbitrage efficace et confidentiel. L'arbitrage demeure le mode de règlement des litiges le plus adapté aux impératifs de souplesse et de célérité. En association avec la bonne gestion de l'entreprise, il permet une prise en charge effective des litiges et contentieux. ■

LA CHAMBRE ALGÉRIENNE DE COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE S'EST INVESTIE POUR PERMETTRE AUX ENTREPRISES DE TIRER PROFIT DE CE MODE DE RÈGLEMENT PLUTÔT QUE DE LE SUBIR.



Siège de l'OMC, arbitre du commerce mondial

CONTRÔLE ÉCONOMIQUE ET RÉPRESSION DES FRAUDES

INFORMER, CONTRÔLER,
SANCTIONNER **LE CONSOMMATEUR
COMME FINALITÉ**

Avec un territoire de plus de deux millions de kilomètres carrés et des milliers de kilomètres de frontières maritimes et terrestres, le contrôle économique et la répression des fraudes, dévolus à une direction générale du ministère du Commerce, s'apparentent aux douze travaux d'Hercule.

La mission est d'autant plus compliquée que le pays, qui sort d'un système d'économie administrée est encore en phase d'apprentissage en matière de pratiques dictées par la mise en œuvre d'une économie de marché fondée sur des bases saines.

La DGCERF, avec ses structures, ses cadres et ses personnels met néanmoins les bouchées doubles pour s'acquitter au mieux de ses missions, comme on pourra le constater à la lecture des pages qui suivent.

On y lira avec intérêt un article qui couvre la rencontre des cadres du secteur au cours de laquelle les wilayas dressent leur bilan et une interview du directeur général, Bouras Mimoun,

qui donne une vue d'ensemble de la structure qu'il dirige, ses missions, ses prérogatives, son bilan et les actions projetées dans le futur.

On y trouvera aussi un article consacré au contrôle de la qualité et la répression des fraudes qui demandent une vigilance de tous les instants, un autre dédié à la Coopération internationale et la coordination intersectorielle, un troisième qui traite du contrôle économique avec, comme étude de cas, le marché du ciment à la fois sensible et sous pression et un autre, enfin, qui se penche sur l'outil analytique comme appui scientifique et technique à l'action de contrôle.

On pourra y découvrir, enfin, un exposé consacré aux laboratoires de contrôle et un article didactique traitant de l'emballage des denrées alimentaires. ■

RENCONTRE NATIONALE DES CADRES DU SECTEUR LES WILAYAS DRESSENT LEUR BILAN

Sous l'égide du ministre du Commerce et en présence de l'ensemble des directeurs régionaux des wilayas, ainsi que des cadres de l'administration centrale, un regroupement a été organisé à l'hôtel El Aurassi, à Alger, le 09 février 2015, afin d'évaluer les activités des directions de Wilaya. Les directeurs régionaux se sont succédé pour exposer le bilan de leurs actions et activités régionales au titre de l'année 2014.



Allocution de El Hadi Makhoul lors des rencontres des cadres du secteur à l'hôtel Aurassi

L'évaluation des activités des directions a été présentée autour de plusieurs axes: l'administration des directions régionales et de wilayas dans leur fonctionnement quotidien (budget, ressources humaines, infrastructures, équipement), leur bilan d'activités liées au contrôle économique et à la répression des fraudes, les dossiers relatifs aux enquêtes spécialisées, les difficultés et contraintes rencontrées. Les relations avec les différentes CCI et associations professionnelles ainsi qu'avec les associations de consommateurs ont également été passées en revue.

Au chapitre des recrutements et en exécution du programme du gouvernement 2010-2014 visant le renforcement et la modernisation du secteur, notamment l'outil de contrôle, il a été mis à la disposition des Directions Régionales du Commerce et des Directions de Wilaya du Commerce relevant de leurs compétences territoriales, de nombreux postes budgétaires (dont l'essentiel relève des corps techniques, dans les domaines de la répression des fraudes, de la concurrence et des

enquêtes économiques). Ainsi, les effectifs des régions ont connu une croissance sur l'ensemble du territoire. De plus, durant l'année 2014, un nombre important d'agents a bénéficié de formations leur permettant d'approfondir et d'actualiser leurs connaissances, dans des domaines aussi variés que le contrôle des pratiques commerciales, le contrôle de conformité des produits et la répression des fraudes. Cette formation a été complétée par un volet administratif formant les agents à la rédaction administrative. Ces opérations de formation ont ciblé à la fois une catégorie d'agents investis de missions spécifiques tels que ceux opérant au niveau des frontières ou ceux en charge des enquêtes des pratiques anticoncurrentielles, de contrôle des changes, des marchés publics mais également des agents du corps de contrôleurs visant leur promotion au rang d'enquêteurs. Toutefois, les recrutements massifs opérés ces dernières années ont amplifié le problème de l'exiguïté des sièges abritant les Directions de Wilaya et leurs inspections territoriales. Un certain nombre d'opérations de réalisation

UN NOMBRE IMPORTANT D'AGENTS A BÉNÉFICIÉ DE FORMATIONS LEUR PERMETTANT D'APPROFONDIR ET D'ACTUALISER LEURS CONNAISSANCES, DANS DES DOMAINES AUSSI VARIÉS QUE LE CONTRÔLE DES PRATIQUES COMMERCIALES, LE CONTRÔLE DE CONFORMITÉ DES PRODUITS ET LA RÉPRESSION DES FRAUDES

d'infrastructures a été mis en place pour répondre aux besoins les plus urgents des wilayas. Toujours dans un souci de renforcement des outils de contrôle au niveau national, une enveloppe de 2,57 milliards de dinars a été allouée à la réalisation et l'aménagement de laboratoires de qualité. Ainsi, El Tarf, Ouargla, Tindouf et Constantine, bénéficient d'un projet de laboratoires de qualité en cours de réalisation. Dans le cadre des mesures préconisées par les pouvoirs publics pour la résorption du commerce informel, par le renforcement des infrastructures commerciales, les différentes régions ont bénéficié, durant le quinquennat 2010-2014, d'un programme de réalisation de trois types



UNE CONCERTATION A EU LIEU AVEC LES ADMINISTRATIONS CONCERNÉES PAR LE COMMERCE AFIN DE SIGNER DES CONVENTIONS CADRES PERMETTANT LA CRÉATION DE BRIGADES MIXTES INTERMINISTÉRIELLES CHARGÉES DE MENER DES ENQUÊTES COMMUNES.

de marchés répartis entre les marchés de proximité, les marchés couverts de proximité (batimétal) et des marchés de proximité (PSD). Un programme a également été initié, visant à la réhabilitation des marchés de gros, de marchés de détail de fruits et légumes ainsi que de marchés couverts de proximité afin de les mettre aux normes actuelles et endiguer les points de ventes et marchés informels.

Depuis l'émergence d'une multitude d'opérateurs privés, l'approvisionnement du marché national repose sur des importateurs ou des unités de production privées.

Néanmoins, compte tenu du nombre important des intervenants à l'importation, de l'absence de transparence dans l'identité des opérateurs, de l'opacité des transactions commerciales sans factures, des paiements en espèces et de la non maîtrise de la production nationale en fruits et légumes, on constate que les contours du marché ne sont pas suffisamment maîtrisés. D'où la défaillance observée cette année, dans le système de gestion de régulation de la pomme de terre et le problème de la viande blanche enregistré en fin d'année. Bien qu'en matière d'approvisionnement une stabilité du marché de tous les produits de large consommation a été constatée, les éléments précités militent en faveur d'une étude de marché par filière de production ou d'importation, de manière

à prévoir tout dérèglement éventuel en vue d'apporter les ajustements nécessaires en temps opportun.

De même, concernant les prix, il a été observé au cours de l'année 2014, une certaine stabilité sauf dans le cas de la pomme de terre, le poulet de chair et les fruits et légumes durant la première semaine du ramadhan, problème chronique et récurrent, qui surgit chaque année, du fait d'une demande exponentielle lors de cette période. Conformément aux instructions et orientations ministérielles, portant sur la démarche à suivre pour une prise en charge rigoureuse et efficace de l'ensemble des requêtes déposées par les citoyens et opérateurs économiques, il a été enregistré, pour le dernier trimestre de l'année 2014, 785 requêtes traitées dont 224 sont en cours de traitement.

Il ressort des présentations faites par l'ensemble des directions de Wilaya que la majorité des requêtes portent sur la dénonciation de manœuvres frauduleuses et déloyales au vu de la réglementation régissant le domaine des pratiques commerciales et anti-concurrentielles ainsi que de la qualité et de la répression des fraudes. Sont souvent dénoncés l'exercice d'une activité commerciale sans registre de commerce, le refus de vente, le défaut d'affichage des prix, la mise à la consommation de produits non conformes ou impropres à la consommation, la non

exécution du service après vente et le non respect des règles d'hygiène, cette dernière infraction étant la plus répandue.

Une concertation a eu lieu avec les administrations concernées par le commerce afin de signer des conventions cadres permettant la création de brigades mixtes interministérielles (avec le Ministère de l'Agriculture, de l'Industrie et des mines ainsi qu'avec la Direction Générale de la Sécurité Nationale et les directions générales des Impôts et des Douanes). Ces brigades mixtes seront chargées de mener des enquêtes communes. Le directeur général du Contrôle Economique et de la Répression des Fraudes, Bouras Mimoun, a annoncé que le nombre d'interventions des agents de contrôle s'est élevé à 1 363 636, permettant de relever et enregistrer 235 119 infractions. 217 026 dossiers se sont traduits par des poursuites judiciaires.

Il a souligné que le montant de défaut de facturation pour l'année 2014, représentait 58,82 milliards de DA. La valeur des marchandises saisies sur le marché est estimée à 1,64 milliards de DA, quant à celle saisie ou bloquée aux frontières, elle représente 13,55 milliards de DA. Au total, lors de l'année 2014, 15 582 locaux commerciaux ont été fermés à travers le territoire national, par rapport au 13 701 fermés en 2013. Le nombre d'échantillons prélevés aux fins d'analyse est de 15 067. Au total, 60 932 déterminations ont été effectuées



La répression des fraudes est parfois affaire de justice

EN MATIÈRE DE REQUÊTES, SONT SOUVENT DÉNONCÉS L'EXERCICE D'UNE ACTIVITÉ COMMERCIALE SANS REGISTRE DE COMMERCE, LE REFUS DE VENTE, LE DÉFAUT D'AFFICHAGE DES PRIX, LA MISE À LA CONSOMMATION DE PRODUITS NON CONFORMES OU IMPROPRES À LA CONSOMMATION, LA NON EXÉCUTION DU SERVICE APRÈS VENTE ET LE NON RESPECT DES RÈGLES D'HYGIÈNES.

par valisette (instrument de mesures portatif). Les enquêtes lancées au cours de l'année 2014, ont porté sur la conformité du sel de table, des boissons gazeuses, des appareils de chauffage à gaz, des conditions d'exercice de la profession d'agent immobilier ainsi que des prix des véhicules acquis dans le cadre de l'ANSEJ. Ces enquêtes sont en cours de finalisation (résultats prévus pour la fin du premier trimestre 2015). Une enquête relative aux produits pyrotechniques vient d'être lancée.

En matière d'innovation, certaines directions de Wilaya ont développé des applications locales permettant une gestion plus efficace des contingences administratives avec, par exemple, une application de gestion des ordres de missions, une application de gestion du remboursement des frais de transports. Enfin, la DWC de Ouagla a développé un espace d'échange interne afin de faciliter l'échange d'informations entre les différents services de la Wilaya. Enfin dans le cadre de la facilitation des requêtes, la transmission des requêtes par voie électronique a été mise en place. Sur l'année 2014, 280 requêtes ont été transmises par ce biais.

L'élection des nouveaux organes des C.C.I a eu lieu en Avril 2014, dans le cadre du renouvellement des organes élus des C.C.I pour une durée de 04 ans. Ces élections se sont déroulées dans de bonnes conditions, dès lors qu'aucun dysfonctionnement n'a été relevé. Ainsi, dans le cadre des missions de mise en relations d'affaires, les présidents de CCI, en collaboration avec les directions de Wilaya, ont accordé des audiences à des personnalités étrangères (ambassadeurs et hommes d'affaires). Certaines d'entre elles ont également reçu la visite de délégations d'investisseurs étrangers potentiels. S'agissant des recommandations pour l'année à venir et des actions prioritaires mises en avant par le Secrétaire Général du ministère du Commerce, El-Hadi Makboul, la promotion de la qualité et la protection du consommateur demeurent essentielles. De ce fait, les actions de sensibilisation et d'information au profit des élèves, établissements secondaires, formation professionnelle et universitaires continueront d'être effectuées. L'organisation de journées d'information au profit des opérateurs économiques, en relation avec les C.C.I et unions profes-

sionnelles, est également prévue. Le plan d'actions prioritaires, inscrit dans le prolongement de la stratégie, d'ores et déjà mis en place, vise l'amélioration de l'efficacité du contrôle de la qualité à travers la réalisation d'objectifs préalablement définis. Ainsi, les actions de contrôle seront focalisées surtout sur le contrôle de la qualité et de la répression de fraudes, la surveillance de la conformité des produits alimentaires, la conformité des services et la conformité des produits industriels. En outre, la vérification du respect de l'information du consommateur se fera à travers la publicité des prix et tarifs des produits et services mis à la consommation et le respect des prix et des tarifs réglementés, pour protéger le pouvoir d'achat du consommateur

L'objectif du ministère demeure la lutte contre les pratiques commerciales illicites et frauduleuses et la réduction du commerce informel, en vue de garantir la transparence des activités commerciales et le contrôle des pratiques anticoncurrentielles et afin d'assurer une surveillance permanente du marché et de garantir le respect du libre jeu de la concurrence. ■



Bouras Mimoun

LE DG DU CONTRÔLE ÉCONOMIQUE ET DE LA RÉPRESSION DES FRAUDES

« *Un consommateur bien informé est un levier du développement économique* »

La direction générale du Contrôle Economique et de la Répression des Fraudes est, en quelque sorte, la cheville ouvrière du ministère du Commerce. Avec son directeur général, Bouras Mimoun, nous en apprenons plus sur son rôle, ses missions et ses prérogatives. Il nous parlera aussi du marché et de ses perturbations ponctuelles, mais il s'attardera surtout sur le contrôle de la qualité et la nécessaire information du consommateur, qu'il considère comme un véritable levier du développement économique.

LCR - Peut-on connaître, en substance, le rôle de la DGCFER, ses missions et ses prérogatives ?

Bouras Mimoun- La Direction Générale du Contrôle Economique et de la Répression des Fraudes (DGCFER) a pour missions principales de protéger la santé des consommateurs, d'assurer leur sécurité, de lutter contre les pratiques commerciales déloyales, de promouvoir une concurrence saine et loyale et de protéger les intérêts matériels de ces mêmes consommateurs. Son action se trouve élargie et confortée par un ensemble de textes législatifs lui conférant une habilitation particulière, notamment, en matière d'exploitation touristique des plages, de protection phytosanitaire, de pharmacie vétérinaire, d'Hôtellerie, de contrôle de l'activité des agences de tourisme et de voyages ainsi que de lutte contre la contrebande et de contrôle des changes.

La DGCFER, organe de contrôle horizontal, intervient dans différents domaines relevant de différents secteurs. Elle constitue un instrument de régulation, domiciliée au ministère du Commerce et mis à la disposition de tous les départements ministériels. Elle a pour objet le contrôle des produits et services ainsi que des activités qui leurs sont rattachées. Ce contrôle s'opère au regard des exigences essentielles auxquelles doivent répondre les produits, services et activités objets du contrôle.

« Nous avons, dans le cadre du processus de négociation avec l'OMC, intégré deux accords, à savoir l'Accord relatif aux obstacles techniques au commerce et l'Accord relatif aux mesures sanitaires et phytosanitaires. »

Ces exigences sont définies par le ministère du commerce ainsi que par les autres départements concernés et ce dans le respect des engagements pris notamment en matière de transparence et de non discrimination.

A titre de rappel, nous avons, dans le cadre du processus de négociation, que nous menons en vue d'accéder à l'OMC, intégré dans le cadre législatif et réglementaire national deux accords de l'OMC à savoir l'Accord relatif aux obstacles techniques au commerce et l'accord relatif aux mesures sanitaires et phytosanitaires. Ces deux Accords définissent une pratique que tous les Membres de l'OMC doivent respecter lorsqu'ils élaborent et mettent en œuvre des normes, des règlements techniques et des procédures d'évaluation de la conformité ainsi que lors de l'élaboration et de la mise en œuvre de toutes mesures sanitaires et phytosanitaires.

Cette pratique intègre les obligations en matière de transparence et de non discrimination à travers le respect du traitement national, de la clause NPF ainsi que de l'objectif légitime, du niveau approprié de protection etc.

LCR- Le marché enregistre des perturbations en matière de prix des produits de consommation. Comment situez-vous votre intervention à ce niveau ?

B.M- Dès lors que ce sujet est abordé, on a tendance à croire que tous les prix sont ou doivent être fixés, qu'il n'y a aucun contrôle des prix et que si un produit est cher c'est en raison de l'absence de contrôle.

Il est nécessaire, pour la compréhension de tous de rappeler que l'ordonnance N°03-03 relative à la concurrence consacre la liberté des prix, elle précise qu'ils sont librement déterminés par le jeu de la concurrence. Ce principe général de liberté est quand même restreint dans le cas où les biens et services en question sont considérés comme stratégiques ou de première nécessité. L'Etat peut dans ces cas précis les réglementer en les fixant ou en plafonnant leurs marges. De ce fait on trouvera sur le marché des biens et services dont les prix sont soit réglementés, soit libres. Notre action, en tant qu'autorité en charge du contrôle du marché, sera donc adaptée au régime des prix pratiqués.

Lorsqu'il s'agira de prix réglementés ou de marges plafonnées, le contrôle aura pour finalité de vérifier la loyauté des pratiques commerciales. Tout dépassement constaté devra faire l'objet d'une procédure judiciaire du fait de l'infraction commise et qui est qualifiée, au sens de la loi, de pratique de prix illicites. Les sanctions prévues pour cette infraction sont diverses, elles correspondent à :

- △ Une amende de 20.000 DA à 200.000 DA ;
- △ La saisie du bien considéré ;
- △ La fermeture administrative ;
- △ L'éventuelle confiscation du bien saisi, prononcée par le juge.

Lorsqu'il s'agira de prix dits libres, ces derniers devraient être la résultante d'une concurrence saine et loyale entre les opérateurs économiques exerçant dans le même segment de marché. Malheureusement, divers facteurs contribuent à la formation du prix dont l'offre et la demande qui reste à notre avis le facteur le plus prépondérant. Dès lors que le marché enregistre un déséquilibre, caractérisé soit par une offre abondante ou une diminution de celle-ci, l'impact sur les prix à la consommation est immédiat.

L'approvisionnement des citoyens et la préservation de leur pouvoir d'achat, étant des objectifs permanents des pouvoirs publics, il devient nécessaire, voire impératif, d'anticiper toute perturbation du marché.

LCR- Comment appréhendez-vous le contrôle de la qualité des produits mis à la consommation ?

B.M- Le contrôle des biens et services destinés aux consommateurs s'opère tout le long du processus de mise à la consommation. Il a pour objet de ne permettre la mise à la consommation que de produits sains loyaux et marchands. Il est basé sur les principaux objectifs suivants à savoir, la recherche des fraudes et des falsifications, la réduction du risque alimentaire, la maîtrise de la sécurité des produits et

l'obligation de l'information du consommateur. En matière de fraudes et de falsifications, la technicité des agents chargés du contrôle ainsi que la nature et la diversification des équipements de laboratoires, dont dispose le CACQE, sont autant de facteurs et d'atouts devant permettre la détection des fraudes et des falsifications qui, dans certains cas, s'avère très complexes. A titre d'exemple, il y a lieu de citer :

- △ Substitution partielle du beurre par de la margarine pour un produit déclaré pur beurre ;
- △ Utilisation de mélanges de viandes (prédominance chevaline) pour la fabrication de merguez ;
- △ Substitution partielle de sucre par des édulcorants dans les boissons gazeuses,
- △ Utilisation de métabisulfite pour masquer la dégradation des viandes (viandes hachées) ;
- △ Mélange de lait pasteurisé standardisé au lait de vache et vendu en tant que tel, etc.

En matière de sécurité sanitaire, la programmation du contrôle tiendra compte des principaux risques découlant de la présence des éléments suivants :

- △ Les micro-organismes et leurs métabolites,
- △ les contaminants,
- △ Les toxiques naturels (constituants toxiques),
- △ Les résidus d'agents phytosanitaires (pesticides) ou de médicaments vétérinaires,
- △ Les additifs alimentaires (colorants, conservateurs...)

En matière de maîtrise de la sécurité des produits, et dans l'attente de la mise en place du Laboratoire National d'Essai (LNE), les principaux paramètres recherchés portent selon les cas sur les risques rattachés à l'utilisation des produits, l'information du consommateur, le certificat de garantie, l'existence des éventuelles autorisations préalables telles que prévues, à titre d'exemple, pour les cosmétiques et/ ou les produits toxiques.

Une action particulière est engagée pour les chauffages à gaz. Un contrôle technique approfondi est effectué tant pour les produits importés que pour les produits locaux. En matière d'information du consommateur, les opérations de contrôle doivent avoir pour finalité de préserver ce droit prévu au plan légal et donc de s'assurer que le responsable de la mise à la consommation s'est acquitté de l'obligation d'informer fidèlement le consommateur sur le produit qui lui est offert.

Un consommateur bien informé peut être considéré comme un levier du développement économique. Par ses actes d'achats quotidiens il permettra la promotion de certains produits et en éliminera d'autres. Du fait de ce pouvoir de sanction, il est de notre devoir de promouvoir l'émergence de consommateurs avertis à travers notamment un soutien réel aux associations de consommateurs. ■

CONTRÔLE DE LA QUALITÉ ET RÉPRESSION DES FRAUDES UNE VIGILANCE DE TOUS LES INSTANTS

L'activité de contrôle a pour objectif de garantir le fonctionnement harmonisé du marché et d'assurer au consommateur, une protection efficace contre les risques pouvant porter atteinte à sa santé, à sa sécurité et/ou à ses intérêts matériels et moraux. Pour l'aboutissement de ces objectifs un programme d'action national est élaboré chaque année. Il reprend les actions à engager par les services extérieurs, sur la base des dysfonctionnements observés tant sur le marché qu'aux frontières.



Pour assurer au consommateur des produits conformes et ne présentant pas de risques sur sa santé et sa sécurité, les principaux objectifs liés au contrôle de la conformité des produits visent à :

- △ Garantir l'information du consommateur à travers le respect de la réglementation en vigueur;
- △ Réduire le risque alimentaire par l'exigence du respect des règles d'hygiène et de salubrité, d'étiquetage des produits, de la chaîne de froid ainsi que la conformité des biens et services destinés à la consommation;
- △ Maîtriser la sécurité des produits industriels à travers le contrôle de leur conformité par rapport aux exigences spécifiées les concernant.

La Direction du Contrôle de la Qualité et de la Répression des Fraudes (DCQRF), a pour missions l'organisation, la programmation, l'évaluation

des activités de contrôle de la qualité et de la répression des fraudes. Elle contribue également à l'organisation des activités de contrôle et propose toutes mesures destinées à améliorer l'efficacité des actions et procédures de contrôle. Pour l'aboutissement de ces objectifs, la DCQRF élabore chaque année un programme d'action national qui reprend les actions à engager par les services extérieurs, sur la base des dysfonctionnements observés tant sur le marché qu'aux frontières.

La mise en œuvre des actions programmées pour l'année 2014 a nécessité l'élaboration de cinq instructions ayant trait à la surveillance de la conformité des produits au niveau des établissements de production de café moulu, eaux minérales naturelles et eaux de source, le contrôle des unités de production des glaces et crèmes glacées, le contrôle de l'exposition des produits alimentaires en dehors des locaux commerciaux, et la mise en œuvre de l'instruction n°127 du 03 mars 2014 relative au dispositif d'encadrement et de la commercialisation des laits pasteurisés en sachet et, enfin,

le renforcement du dispositif de contrôle mis en place durant le mois de Ramadhan. Par ailleurs, deux instructions ont concerné le contrôle de la conformité de certains produits sensibles tels que le lait en poudre et la commercialisation des herbes et la vérification de l'activité d'herboristerie. De plus, trois instructions ayant trait au contrôle de la conformité et des procédures de contrôle des produits aux frontières ont été transmises aux services extérieurs visant particulièrement la mise en œuvre du décret exécutif n°12-214 du 15 mai 2012 fixant les conditions et les modalités d'utilisation des additifs alimentaires destinés à la consommation humaine.

Une instruction relative aux modalités de destruction des produits reconnus non conformes a été élaborée en application de l'article 22 du décret exécutif n°05-467 du 10 décembre 2005 fixant les conditions et les modalités de contrôle aux frontières de la conformité des produits. Une note relative à la commercialisation des Pointeurs Laser a été adressée aux services extérieurs.

EN MATIÈRE DE CONTRÔLE SUR LE MARCHÉ

- △ L'installation, le suivi et la mise en place des inspections territoriales;
- △ Le contrôle de la conformité des produits alimentaires (lait, fromage fondu, merguez, café, édulcorants dans les jus et boissons, fruits et légumes);
- △ Le contrôle de la conformité des produits non alimentaires (eau de Javel, eau distillée, acide pour batterie);
- △ La réduction du risque sanitaire des produits alimentaires (lait, fromage fondu, boissons et jus);
- △ Le respect des règles d'hygiène au niveau des services (restaurants et fastfood, débit de boissons, hôtellerie, crèmerie);
- △ La conformité des produits industriels (climatiseurs, lampes à incandescence, piles).

EN MATIÈRE DE CONTRÔLE AUX FRONTIÈRES

- △ La révision de la réglementation régissant l'implantation des inspections du contrôle de la qualité et de la répression des fraudes au niveau des frontières;
- △ La révision du cadre réglementaire régissant le contrôle de la conformité des produits importés ;
- △ La mise à niveau des inspections aux frontières du contrôle de la qualité et de la répression des fraudes ;
- △ La mise en place d'une procédure de prélèvement d'échantillons;
- △ La mise en place d'un système d'alerte avec site web pour assujettir les produits au contrôle systématique.

DES INFRACTIONS ET DES SANCTIONS

Dans le cadre de l'application du programme d'action national pour l'année 2014, les services extérieurs ont enregistré un nombre de 742037 interventions tant sur le marché qu'aux frontières.

Ces interventions ont donné lieu à la constatation de 73637 infractions aux règles relatives à la protection du consommateur et à l'établissement de 69221 procès-verbaux d'infraction. Les principales infractions relevées sur le marché ont concerné essentiellement :

- △ Défaut d'hygiène et de salubrité;
- △ Tromperie ou tentative de tromperie du consommateur;
- △ Défaut d'étiquetage ;
- △ Absence de l'autocontrôle;
- △ Détention et mise en vente de produits non conformes;
- △ Opposition au contrôle;
- △ Défaut de certificat de garantie.

Au titre des mesures conservatoires, il a été procédé à la suspension temporaire d'activités de 3734 locaux de commerce et la saisie des produits non-conformes ou impropres à la consommation pour une valeur de 317,74 millions de dinars. Au titre du contrôle de la conformité des produits importés aux frontières, il a été enregistré l'examen de 108.206 dossiers d'importation ayant donné lieu au refus d'admission sur le territoire national de 1.379 cargaisons pour une quantité de 98.587,502 tonnes, représentant une valeur globale de 13,55 milliards de dinars. Les principales infractions à l'origine du refus d'admission sont :

- △ Le non respect de l'obligation de l'information du consommateur (absence des mentions obligatoire d'étiquetage en langue arabe et en matière d'additifs alimentaires) ;
- △ Le non respect de l'obligation de la conformité du produit (température de conservation, qualité intrinsèque, autocontrôle) ;

CONTRÔLES SUR LE MARCHÉ, CONTRÔLE AUX FRONTIÈRES

Dans le but d'une prise en charge efficace de certains produits présentant un risque avéré pour la santé et la sécurité du consommateur, et sur la base des résultats obtenus durant l'exercice 2014, des actions prioritaires ont été programmées au titre de l'année 2015. Les actions engagées (voir tableau ci-dessus)

- Absence de certificat de garantie et manuel d'utilisation;
- △ Absence d'autorisation préalable pour l'importation de produits.

COOPERATION INTERNATIONALE ET COORDINATION INTERSECTORIELLE DES PIERRES ANGULAIRES DE L'ACTION DE CONTRÔLE

La coopération internationale et la coordination intersectorielle demeurent les moyens idoines permettant de trouver les appuis techniques et scientifiques nécessaires à l'intérieur et en dehors des réseaux chargés du contrôle économique, de la répression des fraudes et de la protection du consommateur.



Contrôle aux frontières : une question de souveraineté nationale



Douane, police et gendarmerie au service de la défense de l'économie nationale

LA RECHERCHE DE SOCLES UTILES POUR LE DÉVELOPPEMENT DE PROGRAMMES DE COOPÉRATION BILATÉRALE OU MULTILATÉRALE EFFICACES ET COUVRANT PLUSIEURS DOMAINES, DEMEURE UN OBJECTIF STRATÉGIQUE POUR LA DGCERF

La recherche de socles utiles pour le développement de programmes de coopération bilatérale ou multilatérale efficaces et couvrant plusieurs domaines, demeure un objectif stratégique pour la DGCERF. Il s'agit des échanges de professionnels, du partage de connaissances, de l'assistance technique, des missions d'évaluation et de conseil, de la réalisation de programmes communs et de la formation. Les programmes de coopération dans les créneaux prioritaires identifiés seront menés avec de nouveaux partenaires, au titre de l'exercice 2015, et ce dans le cadre des accords déjà conclus avec le Ministère du Commerce, dans les filières ayant trait au contrôle économique et à la répression des fraudes, à travers :

La coopération algéro-française : Ce programme rentre dans le cadre de l'exécution des orientations du Comité Economique Franco Algérien (COMEFA), par la mise en place d'un programme d'assistance technique et d'expertise au profit de l'école nationale de formation et de perfectionnement des agents chargés du contrôle économique et de la répression des fraudes.

La coopération algéro-portugaise : Développement d'un programme de coopération à travers la signature, au cours du premier semestre 2015, d'un Mémoire d'entente entre la DGCERF et l'Autorité de Sécurité Alimentaire et Economique (ASAE), dans les domaines du contrôle des produits alimentaires et non alimentaires.

La coopération algéro-chinoise : Cette coopération s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre de l'accord signé le 26 novembre 2006 à Pékin par les deux chefs d'Etat, algérien et chinois. Elle consiste en la mise en place des deux comités de coopération dans les domaines du :

- △ contrôle de la qualité et de l'inspection des produits industriels ;
- △ contrôle de la qualité et de l'inspection des denrées alimentaires.
- △ La coopération algéro-qatarie

△ Afin de mettre en œuvre l'accord signé par les deux Premiers Ministres, lors de la réunion de la Haute Commission, le 23 novembre 2014, ce programme de coopération vise, entre autres, l'échange d'expériences dans les domaines du contrôle des produits alimentaires et de la concurrence, ainsi que le transfert du savoir-faire en matière de contrôle de la qualité et la lutte contre les produits contrefaits.

△ La coopération algéro-égyptienne : Ce partenariat s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre de l'accord signé au Caire le 13 novembre 2006 par les deux Premiers Ministres algérien et égyptien. L'accord vise à mettre en place un comité mixte de coopération chargé du suivi et de la mise en œuvre du protocole d'accord lié à la protection des consommateurs dans les deux pays et l'échange d'experts et d'expériences dans les domaines du contrôle économique et de la répression des fraudes.

In fine, et afin de réaliser la feuille de route esquissée par la Direction Générale du Contrôle Economique et de la Répression des Fraudes (DGCERF), le rythme de mise en œuvre de ces actions doit être maintenu pour la période 2015-2019, durant laquelle une multitude de programmes de coopération et de partenariats stratégiques, avec des entités homologues, doivent apporter une contribution efficace et une valeur ajoutée en matière de contrôle économique et de répression des fraudes, à travers (voir tableau ci-contre)

À ce titre, la Direction de la Coopération et des Enquêtes Spécifique "DCES", organise son activité pour aller dans ce sens tout en veillant à maintenir le climat de concertation, de coordination et de coopération entre tous les partenaires, en particulier le partenaire social. Ce climat devrait d'une part, renforcer et consolider la coopération entre les différents acteurs et, d'autre part, développer leurs capacités, notamment dans les domaines de la sécurité des produits alimentaires et industriels, et ce dans une optique globale fondée sur la solidarité et le partage des expériences et des intérêts communs. ■

- △ Le renforcement des capacités institutionnelles et la formation des intervenants en matière de contrôle économique et de protection du consommateur DRC, DCW, structures sous tutelle etc.) ;
- △ La mise en place d'outils de suivi et d'évaluation (cadre logique, tableau de bord, logiciels de gestion, etc.) ;
- △ Le management dans le domaine du contrôle.
- △ Le jumelage institutionnel (DGCERF/P3A de l'UE) pour l'assistance et l'accompagnement dans la mise en œuvre de la politique de contrôle.
- △ L'appui ponctuel d'expertises, séminaires, ateliers sur les problématiques liées aux fléaux économiques.
- △ Les échanges et les visites d'étude.
- △ La définition des actions de partenariat et d'assistance technique pour la mise en œuvre de programme de coopération dans les domaines du contrôle économique et de la protection du consommateur.
- △ La mise en œuvre de programmes exécutifs liés au contrôle de la qualité des produits alimentaires, industriels, des biens et des services.
- △ L'évaluation du contrôle intersectoriel et la redéfinition d'un cadre de collaboration avec les services homologues chargés du contrôle de la conformité et de la répression des fraudes.

OUTIL ANALYTIQUE UN APPUI SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE À L'ACTION DE CONTRÔLE

L'analyse effectuée par les laboratoires de la répression des fraudes intervient essentiellement dans la filière agroalimentaire. C'est un outil incontournable pour la protection de la santé du consommateur. Elle donne des renseignements sur la composition des aliments et détermine si les taux en additifs ou contaminants ne dépassent pas les seuils admis par la réglementation. Elle se doit de fournir des résultats fiables, garantir leur qualité, fournir des données analytiques exactes et fiables.



Les résultats des analyses chimiques ou microbiologiques constituent l'œil de l'inspecteur en matière de contrôle de qualité et répression des fraudes. C'est la conclusion de ces résultats qui fournit l'argument scientifique sur lequel il se base pour dresser son procès-verbal. Cet outil analytique constitue un maillon indispensable de la chaîne de contrôle de la qualité et de la répression des fraudes.

La mission d'appui au contrôle intervient en synergie avec l'activité des inspections ; elle est étroitement associée aux objectifs de la stratégie de contrôle en assurant, notamment, l'évaluation des laboratoires et l'officialisation des méthodes d'analyse. La Direction des laboratoires d'essais et d'analyses de la qualité, a pour mission de promouvoir et de soutenir des travaux d'analyses.

Il est essentiel que les actions menées répondent toujours mieux aux besoins des services de contrôle (Inspections et Laboratoires). Sur la base de

LES LABORATOIRES PRESTATAIRES DE SERVICES CONSTITUENT UNE COMPOSANTE ESSENTIELLE DU SYSTÈME D'ANALYSE DES PRODUITS : LEUR ÉVALUATION DOIT ÊTRE RIGOREUSE EN MATIÈRE DE RESPECT DES NORMES ET DES STANDARDS INTERNATIONAUX POUR LEUR ACCRÉDITATION.

l'exploitation des bilans d'activités des services de contrôle, des orientations sont apportées sur la rationalisation du contrôle analytique depuis le prélèvement de l'échantillon jusqu'à l'élaboration du bulletin d'analyse.

Cette action s'inscrit dans le cadre du suivi de la mise à niveau des laboratoires de la répression des fraudes ; elle permet d'améliorer l'efficacité de ces laboratoires en matière organisationnelle et technique en se basant sur les exigences des standards internationaux de la norme 17025 en vue de leur accréditation. Par ailleurs, les laboratoires

prestataires de services constituent une composante essentielle du système d'analyse des produits. Pour cela, leur évaluation doit être rigoureuse en matière de respect des normes et des standards internationaux pour leur accréditation. Les inspecteurs ayant la charge de l'évaluation des laboratoires doivent vérifier avec le plus grand soin l'efficacité et le bon fonctionnement de ces laboratoires autorisés à exercer par le ministère du Commerce.

HOMOLOGATION DES PROTOCOLES D'ANALYSE

Dans le cadre de la mise en œuvre des dispositions législatives et réglementaires régissant le domaine de la protection du consommateur et de la répression des fraudes, la DGCERF contribue à travers la Direction des laboratoires à l'homologation des procédures et des méthodes officielles d'analyses. Pour ce faire, elle préside un comité intersectoriel, qui examine et adopte des méthodes d'analyses de référence reconnues à l'échelle internationale (ISO).

Ces méthodes sont rendues obligatoires par arrêté ministériel. A ce titre, un nombre de 58 arrêtés a été publié au journal officiel à ce jour. Ils couvrent les gammes de produits suivants :

△ Lait et produits laitiers : dix sept arrêtés relatifs aux méthodes d'analyses dont treize méthodes microbiologiques et quatre physicochimiques ;

△ Viande et produits de la viande : onze arrêtés relatifs aux méthodes d'analyses physico-chimiques ;

△ Céréales et produits céréaliers : quatre arrêtés relatifs aux méthodes d'analyses physico-chimiques ;

△ Corps gras : onze arrêtés relatifs aux méthodes d'analyses physico-chimiques ;

△ Eaux minérales : quatre arrêtés relatifs aux eaux minérales.

△ Produits divers : onze arrêtés relatifs aux produits suivants : Fruits à coque et les produits dérivés : un arrêté ; Eau de javel : un arrêté ; Sel alimentaire : un arrêté ; Produits dérivés des légumes : un arrêté ;

△ Produits alimentaires divers : quatre arrêtés.

La promulgation de la loi n° 09-03 relative à la protection du consommateur et à la répression des fraudes a permis l'habilitation des agents de contrôle pour effectuer des essais et des analyses sur site par l'utilisation des instruments de mesure appropriés, facilement transportables.

Aussi convient-il de préciser que dans le cadre de ses attributions et en cas de constatation d'infractions, l'agent de contrôle dresse sur place un procès-verbal sur lequel sont consignées lesdites infractions, relevées et identifiées grâce aux tests ou essais effectués à l'aide de ces instruments. En outre, ces instruments de mesure, contenus dans une valisette adaptée pour les déplacements des inspecteurs, sont destinés à effectuer des tests et essais simples et rapides couvrant une large gamme de déterminations et de produits avec comme avantages :

- △ Un gain important de temps, en moyens de transport et en réactifs ;
- △ Une réduction de la durée de l'investigation analytique et de la prise de décision ;
- △ Une diminution de la pression sur les laboratoires leur permettant de se consacrer aux analyses approfondies nécessitant des méthodes et protocoles plus élaborés exigeant des équipements lourds.

Les actions de contrôle effectuées par ces instruments de mesure enregistrées annuellement sont représentées comme suit :

Année	Nombre de déterminations
2009	20.647
2010	34.992
2011	30.974
2012	35.263
2013	42.543

Ces interventions ont permis d'effectuer 53.779 déterminations durant les onze premiers mois de l'année 2014.

Cette action sera renforcée, notamment pendant la saison estivale, et prioritairement pour les tests des huiles de friture et le contrôle de la chaîne de froid.

ACTIONS D'ACCOMPAGNEMENT ET PERSPECTIVES

Des actions d'accompagnement sont régulièrement menées.

Il s'agit de l'organisation périodique de regroupements de coordination portant sur des thèmes qui visent l'amélioration de l'action du contrôle analytique, au profit des inspecteurs de la répression des fraudes des services extérieurs et les responsables des laboratoires du Centre Algérien du Contrôle de la Qualité et de l'Emballage concernés, à travers lesquelles des recommandations émises sont prises en charge par la Direction des Laboratoires d'Essais et d'Analyse de la Qualité et formalisées par des instructions.

Par ailleurs, et en vue d'assurer une protection continue du consommateur, le ministère du Commerce, à travers la DGCERF compte encourager l'expertise analytique nationale avec l'agrément de laboratoires pour le compte de la répression des fraudes et dans des domaines précis. Cette démarche sera enclenchée par la mise en œuvre du décret exécutif n°13-328 du 26 Septembre 2013 fixant les conditions et les modalités d'agrément des laboratoires au titre de la protection du consommateur et de la répression des fraudes. ■

ENQUÊTES ÉCONOMIQUES LE MARCHÉ DU CIMENT À LA LOUPE

En matière de contrôle des pratiques commerciales et anticoncurrentielles, les actions visent, principalement, la consécration du principe de la transparence et de la loyauté des transactions commerciales. Il s'agit aussi de veiller en permanence au respect du principe du libre jeu de la concurrence sur le marché et à la protection du pouvoir d'achat du consommateur à travers la lutte contre les pratiques de prix illicites et le non respect des marges réglementées. Le marché du ciment, pris pour exemple, s'avère être un secteur à haute tentation frauduleuse.



Les différentes enquêtes sont diligentes à l'effet d'encadrer et de contrôler les marchés liés à certaines activités. A titre d'illustration, l'enquête menée par les services de contrôle du secteur du commerce relative au marché du ciment a permis de relever une situation de pénurie et des dysfonctionnement caractérisant ce secteur.

Le ciment occupe une place importante dans le tissu socio-économique de notre pays et ce en raison de sa forte contribution à la création de valeur ajoutée, à la promotion de l'emploi et à la lutte contre l'habitat précaire. Bien que la production nationale de ciments ait connu une évolution remarquable, elle reste en deçà de la demande grandissante de ce matériau stratégique, poussée par d'importants investissements publics dans les infrastructures (autoroutes, barrages, port etc.) et le logement. Le marché est sous-approvisionné. Le déficit accusé est estimé en moyenne entre trois et cinq millions de tonnes, malgré l'importance des investissements déjà réalisés mais qui demeurent insuffisants pour absorber les besoins et rééquilibrer le marché.

Le problème de pénurie se pose de manière récurrente depuis 2009, particulièrement en période dite sèche, coïncidant avec la redynamisation des chantiers de construction, ce qui occasionne une hausse des prix de vente du ciment au détail dépassant parfois les 750 DA le sac de 50kgs.

DES MESURES EFFECTIVES DE L'ADMINISTRATION CENTRALE

Face à une telle conjoncture qui exige une intervention dynamique et durable, la Direction Générale du Contrôle Économique et de la Répression des Fraudes a mis en place un dispositif permanent d'encadrement et de contrôle, pour mieux cerner les conditions de régulation et de commercialisation du ciment.

Dans cette optique, en plus du décret exécutif n° 09-243 du 22 juillet 2009, fixant les marges maximales applicables dans les marchés de gros et de détail au ciment Portland, composé conditionné pris pour réguler la distribution du ciment, le dispositif de

LE CIMENT OCCUPE UNE PLACE
IMPORTANTE DANS LE TISSU
SOCIO-ÉCONOMIQUE DE NOTRE PAYS
ET CE EN RAISON DE SA FORTE
CONTRIBUTION À LA CRÉATION DE
VALEUR AJOUTÉE, À LA PROMOTION DE
L'EMPLOI ET À LA LUTTE CONTRE
L'HABITAT PRÉCAIRE.

contrôle s'est traduit tout au long de la période considérée par plusieurs notes d'instructions et de directives adressées aux services extérieurs du ministère du Commerce, notamment pour : (voir tableau page suivante)

C'est ainsi qu'en matière de contrôle des pratiques commerciales, un accent particulier a été mis sur la nécessité de s'assurer que les quantités de ciment produites et dévolues aux différents intervenants de la filière soient orientées vers leur destination finale, tout en orientant également l'action de contrôle sur la recherche d'infractions liées

△ mettre en place au niveau régional et local, des cellules de veille dédiées exclusivement au suivi de la situation du marché du ciment dans la perspective d'anticiper toute éventuelle perturbation du marché en question et d'alerter la tutelle en temps réel ;
△ contrôler impérativement tous les intervenants de la filière, à savoir les producteurs, les importateurs, les entrepreneurs et les distributeurs de gros et de détail, tant sur le plan des pratiques commerciales que sur la conformité du ciment ;
△ assurer une coordination horizontale efficace entre les directions du commerce de wilaya. A ce titre, les

wilayas disposant d'unités de production ont été tenues de transmettre aux directions de Commerce concernées les listes des clients implantés au niveau de ces wilayas ainsi que les quantités enlevées ;
△ procéder systématiquement à l'authentification des extraits de registre de commerce de tout opérateur économique ayant bénéficié de quotas de ciment importants et ce par rapport à la banque de données sur le commerce (BDCOM) ;
△ signaler éventuellement tout acte potentiellement répréhensible au niveau des cimenteries, notamment ceux qui se rapportent aux

falsifications d'extraits de registre de commerce, contrats de marchés publics fictifs, refus de vente, ventes discriminatoires, etc. ;
△ prendre les mesures qui s'imposent, outre les sanctions prévues à l'encontre des opérateurs économiques localisés et/ou auteurs d'infraction liée à la revente en l'état de ciment acquis aux fins de transformation, à savoir la demande de leur insertion au fichier national des fraudeurs selon les dispositions arrêtées en la matière, assortie d'une suspension immédiate de leurs approvisionnements en ciment.

particulièrement au défaut de facturation, au défaut de registre de commerce, à l'exercice d'activités étrangères à l'objet du registre de commerce, à la rétention de stocks à but spéculatif et à la revente en l'état du ciment destiné à la transformation et à la réalisation de projets.

En matière de conformité du ciment, il a été décidé de veiller scrupuleusement au respect des prescriptions édictées par l'arrêté interministériel du 4 juin 2003, portant sur les spécifications techniques et les règles applicables aux ciments, tout en mettant l'accent sur la recherche des fraudes liées notamment à la tromperie sur le poids et le conditionnement inapproprié dans des sacs en dehors des normes requises.

2014 : DES INTERVENTIONS ET UN BILAN ELOQUENT

Les opérations de contrôle menées au titre de l'exercice 2014 dans le cadre de la lutte contre les pratiques spéculatives touchant le ciment gris, se sont soldées par les principaux résultats suivants :

Il convient, enfin, de souligner que les résultats obtenus à l'issue de l'exercice 2014 à l'instar de ceux des années précédentes, dénotent des dérèglements qui affectent le marché du ciment, tant en matière de conditions de sa commercialisation, que de fluctuations des prix. Devant cette situation, l'action de contrôle reste un outil incontournable pour dissuader les opérateurs

économiques qui s'inscrivent en porte à faux avec la réglementation en vigueur et pour réduire un tant soit peu, l'ampleur de la spéculation saisonnière qui s'observe chaque année en période sèche, en attendant une amélioration substantielle de l'offre, qui constitue la condition sine qua non d'une meilleure stabilité de ce marché. ■

- △ la réalisation de 19.672 interventions ayant abouti à la constatation de 4.218 infractions aux règles de la transparence et la loyauté des pratiques commerciales et de la conformité des produits ;
- △ l'élaboration de 3.476 dossiers de poursuites judiciaires à l'encontre des opérateurs économiques défaillants ;
- △ la découverte d'un chiffre d'affaire illicite de 1,58 milliards de Dinars, issu de transactions commerciales sans factures et d'un profit illicite dépassant 61 millions de dinars, issu de pratiques de prix illicite sur le ciment ;
- △ la fermeture administrative de 59 locaux commerciaux notamment pour exercice d'activité de revente de ciment sans inscription au registre de commerce ;
- △ la saisie de ciment gris pour une valeur de 6,65 millions de Dinars ;
- △ la suspension d'approvisionnement en ciment pour 824 opérateurs économiques, du fait principalement de leurs non localisation aux adresses portées sur leurs extraits de registre de commerce ;
- △ la demande d'insertion de 32 opérateurs économiques au fichier national des fraudeurs.

LABORATOIRES DE CONTRÔLE DE LA QUALITÉ

UNE ÉTAPE INCONTOURNABLE, UN RÔLE CRUCIAL

Le passage de l'Algérie d'une économie planifiée à une économie de marché, la signature de l'accord d'association avec l'union européenne et l'adhésion à la zone arabe de libre échange, ont favorisé la mise sur le marché d'une multitude de produits, fabriqués localement ou importés. Cela a nécessité le renforcement du système de contrôle de la qualité des produits offerts à la consommation, afin de protéger la santé, la sécurité et les intérêts matériels et moraux des consommateurs d'une part, et de réprimer les fraudes d'autre part.



Le futur siège du LNE

La loi n° 09-03 du 25 février 2009 précise dans son article 35 que « les laboratoires relevant du ministère chargé de la protection du Consommateur et de la répression des fraudes sont habilités à effectuer les analyses, tests et essais au titre de la protection du consommateur et de la répression des fraudes ». Les laboratoires sont chargés de :

- △ Contribuer à la protection de la santé, de la sécurité et des intérêts matériels et moraux des consommateurs ;
- △ Participer à la recherche et à la constatation de toutes fraudes, falsifications et infractions à législation et à la réglementation en vigueur, relatives à la qualité des biens et services ;
- △ Effectuer toute analyse ou essai permettant de vérifier la conformité des produits aux normes ou aux spécifications légales ou réglementaires devant les caractériser.
- △ Ces laboratoires constituent une structure pivot et un espace incontournable du contrôle analytique des produits agroalimentaires, cosmétiques et d'hygiène corporelle.

Toutefois, dans le cadre de l'amélioration des conditions de prise en charge du contrôle de la qualité des produits industriels, un programme de modernisation de l'outil de contrôle a été examiné et adopté par le gouvernement en 2004. Ce dernier comporte, entre autres, la réalisation et l'équipement d'un laboratoire national d'essai des produits industriels (LNE).

LABORATOIRE NATIONAL D'ESSAIS : FICHE TECHNIQUE

Situé au niveau de la nouvelle ville Sidi Abdallah, dans la wilaya d'Alger, ce projet, dont l'infrastructure et la superstructure sont en béton armé, se compose d'un bâtiment d'une longueur de 65m et d'une largeur de 25 m. La surface d'emprise au sol est de 4116 m², sur une assiette de terrain globale de 6116 m². Ce projet englobe une surface périphérique au projet réservée à un parking et un espace vert d'une superficie d'environ 400 m².

La configuration de l'ouvrage est celle d'un laboratoire standard, composé

d'un rez-de-chaussée, deux étages et deux (02) sous-sols. Il est constitué de quatre blocs (a, b, c et d). Le LNE est un laboratoire à modules extensibles, il comprendra dans un premier temps les éléments suivants :

- △ Espace administratif;
- △ Entité d'essais de métrologie ;
- △ Entité d'essais domestique à gaz ;
- △ Entité d'essais de pression ;
- △ Entité d'essais robinetterie ;
- △ Entité d'essais électrodomestique ;
- △ Entité d'essais de produits électriques ;
- △ Entité d'essais de pièces détachées automobiles et autres ;
- △ Entité d'essais de matériaux de construction ;
- △ Entité d'essais des jouets ;
- △ Entité d'analyse fine ;
- △ Entité d'analyse de textile et cuir ;
- △ Salle de réunion ;
- △ Salle de calcul ;
- △ Bibliothèque ;
- △ Atelier de maintenance ;
- △ Salle commune d'essais mécaniques des produits.



Visite ministérielle sur le site du futur LNE



Le projet LNE exposé au ministre

ÉVALUATION DU PROJET

La phase de réalisation a commencé le 20 Décembre 2008. Le projet a connu un état d'avancement important, du point de vue superstructure (gros œuvres, maçonnerie) qui a été terminé à 100 %, Par ailleurs concernant les Corps d'Etat Secondaires (CES), Voiries et Réseaux Divers (VRD) ainsi que les aménagements extérieurs, l'étude établie par le bureau d'étude a fait ressortir un délai d'exécution d'une durée de 18 mois à partir du 1er Septembre 2013, date de notification du 1er contrat. L'année 2014 a été marquée par la visite du chantier, le 10 juillet, par le Ministre du Commerce. A l'issue de cette visite il a relevé l'existence de difficultés majeures dont l'absence de plans d'exécution des parties techniques l'électricité, la climatisation, les faux plafonds, la plomberie etc. Des instructions ont été données aux parties concernées par ce projet pour lever les réserves et les obstacles constatés. De même des recommandations ont été données pour le respect de la réglementation relative aux marchés publics et la régularisation de l'opération d'annexion de la parcelle de terrain

LE LNE FRANÇAIS NE SERA PAS LE SEUL PARTENAIRE ; PLUSIEURS ENTREPRISES NATIONALES CONNUES POUR LEURS COMPÉTENCES ET LEUR SAVOIR FAIRE ONT ACCEPTÉ D'ACCOMPAGNER LA MISE EN SERVICE DU LNE.

de 2000 m2 auprès de la direction de la ville nouvelle de Sidi-Abdellah. Cette visite a été suivie par deux sorties sur chantier du Secrétaire Général du Ministère du Commerce, visites qui ont eu un impact positif sur la cadence des travaux et le dépassement progressif des difficultés rencontrées La mise en service du LNE sera immédiatement envisagée après la réception des travaux de VRD, CES et de l'aménagement extérieur. Ensuite interviendra la phase équipements, de trois types :

- △ L'équipement mobilier
- △ L'équipement informatique
- △ Les moyens de communications

Quant à l'équipement scientifique, cette opération cruciale, complexe et très coûteuse sera réalisée dans le cadre de l'assistance technique du LNE français sollicité par le Ministère du Commerce. Un cahier de charge sera élaboré en vue de définir et d'identifier les équipements scientifiques nécessaires à l'ensemble des activités de contrôle ainsi que la mise en place d'un programme de formation pour le personnel.

Le LNE français ne sera pas le seul partenaire ; plusieurs entreprises nationales connues pour leurs compétences et leur savoir faire ont accepté d'accompagner la mise en service du LNE. Il s'agit de laboratoires spécialisés comme BCR (robinetteries), CETIM (matériaux de constructions), CNTC (tissus et cuirs) et FILAMP (matériaux électriques).

Leur coopération aura pour objectif la prise en charge de la formation des techniciens aux essais effectués sur les différents produits dans leurs laboratoires.

L'ANNÉE 2014 A ÉTÉ MARQUÉE PAR LA VISITE DU CHANTIER, LE 10 JUILLET, PAR LE MINISTRE DU COMMERCE. À L'ISSUE DE CETTE VISITE IL A RELEVÉ L'EXISTENCE DE DIFFICULTÉS MAJEURES DONT L'ABSENCE DE PLANS D'EXÉCUTION DES PARTIES TECHNIQUES L'ÉLECTRICITÉ, LA CLIMATISATION, LES FAUX PLAFONDS, LA PLOMBERIE ETC.

LNE : UNE RÉFÉRENCE ANALYTIQUE

La création du LNE s'est vue impérative, suite à l'absence de laboratoires de ce type dans le pays et à l'impossibilité de statuer sur la conformité des produits industriels. Le LNE aura aussi pour objectif de mettre au point des méthodes de mesures et d'essais dans le cadre de projets d'envergures ayant pour finalité la protection du consommateur et l'amélioration qualitative du produit national. ■

LES MISSIONS DE CETTE STRUCTURE CONSISTENT À :

- △ Prendre en charge une variété d'essais et de contrôle de produits à caractère industriels, issus de la fabrication locale ou importés, afin de déterminer leur conformité, à l'exemple de la pièce de rechange automobile, des jouets, des produits électrodomestiques et les textiles et cuirs ;
- △ Protéger la qualité de la production nationale ;
- △ Évaluer la qualité et la sécurité des produits et équipements industriels à usage domestique ou collectif. La qualité est évaluée sous l'aspect aptitude à la fonction (sécurité mécanique, chimique, électrique etc.) et l'aspect performance d'usage (durabilité, etc.) ;
- △ Lutter contre la contrefaçon, la spéculation et la fraude commerciale.

Le LNE est considéré comme un point nodal et une référence analytique. Sa mise en place est venue répondre aux orientations économiques arrêtées par les pouvoirs publics.

À ce titre, il vise à :

- △ Renforcer la surveillance de la conformité des produits industriels mis sur le marché ; et assurer que ces produits soient sains, marchands et loyaux ;
- △ Développer l'économie nationale et renforcer le secteur de l'industrie ;
- △ Réguler le marché commercial ;
- △ Réduire les accidents liés à l'utilisation des produits et équipements industriels.

Chebli

*ou l'histoire exemplaire
d'une entreprise familiale
et citoyenne*



Chebli



Chebli, ça ne craint pas les défis !

De défi en défi, affrontant sans cesse difficultés et obstacles sans jamais céder au découragement, l'entreprise familiale CHEBLI a su non seulement s'implanter durablement et imposer ses produits sur le marché, mais aussi se développer doucement mais sûrement en diversifiant sa gamme de produits. Et, chose remarquable, son plan de développement s'est inscrit dans une démarche résolument citoyenne et patriote.

DEPUIS LA CRÉATION DE **SPL EN 1985**, LE CHEMIN PARCOURU PAR L'ENTREPRISE ET SES DIRIGEANTS RESSEMBLE À UNE **VÉRITABLE ÉPOPÉE**.



EN 2005, PROFITANT DU CAPITAL-EXPÉRIENCE ENGRANGÉ AVEC SOPLAIT, L'ENTREPRISE SE LANCE DANS LA PRODUCTION DE YAOURT. L'UNITÉ DE PRODUCTION, DE TAILLE MODESTE MAIS MODERNE, TRAITE **8000 LITRES DE LAIT PAR JOUR**.

Depuis la création de la Sarl Société des Produits Laitiers (SPL) en 1985, le chemin parcouru par l'entreprise et ses dirigeants ressemble à une véritable épopée. Aux difficultés traditionnelles que rencontrent la plupart des investisseurs en Algérie, liées aux entraves bureaucratiques et aux faiblesses d'un modèle économique en pleine mutation, la décennie noire a frappé l'entreprise de plein fouet, l'obligeant à arrêter ses activités en 1993.



En effet, l'entreprise CHEBLI est implantée au cœur de la Mitidja, une région particulièrement exposée et affectée par le terrorisme durant cette période. Elle produisait alors du fromage fondu commercialisé sous le nom de KIKO.

Soucieux, néanmoins d'assurer la survie de l'entreprise, ses dirigeants ont repris SPL devenue « Sarl Fromagerie Chebli » activant dans l'import-export de produits agroalimentaires, dont des conserves diverses et des fromages.

Enthousiasmés par la réaction du marché local, plutôt que de se complaire dans cette activité somme toute lucrative, les responsables décident de monter, en Algérie, l'une des toutes premières usines de conditionnement de fromage, axant sa production sur le fromage râpé, un produit en grande demande sur le marché algérien. Depuis, la société n'a cessé de proposer de nouveaux produits, avec un succès commercial jamais démenti.



En 2005, profitant du capital-expérience engrangé avec SPL, l'entreprise se lance dans la production de yaourt. L'unité de production, de taille modeste mais moderne, traite 8000 litres de lait par jour. Peu à peu, la gamme de yaourts produits s'est enrichie, chaque nouveauté répondant scrupuleusement à une demande précise du consommateur, grâce à des campagnes marketing de proximité, ciblées et de qualité.

La crise mondiale du lait, survenue en 2007 et 2008, a provoqué une flambée des prix de la matière première et aurait pu affecter gravement les activités de l'entreprise CHEBLI, dont les ventes ont subi un certain reflux. Mais, bien au contraire, ce contexte défavorable de crise a été transformé en opportunité, le choix de la diversification ayant alors été arrêté.

C'est ainsi que, profitant de la qualité de l'eau de la Mitidja, une ligne de production de boissons fruitées, avec Cherbet comme produit phare, a été mise en service, rencontrant un succès commercial immédiat. En effet, en dépit d'une concurrence ardue dans la filière, les 28 000 bouteilles/jour produites s'avèreront rapidement insuffisantes pour satisfaire une demande en constante progression.

Ce succès réel et mérité, l'entreprise familiale CHEBLI le doit aussi bien aux qualités intrinsèques de ses produits qu'à son intransigeance en matière de sécurité alimentaire, le bien-être et la santé du consommateur étant sa première préoccupation. La PME est d'ailleurs en cours de certification ISO 22 000 et, depuis trois ans, ses produits sont proposés à l'exportation.

Employant actuellement 80 personnes et faisant vivre autant de familles, l'entreprise ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. De nouveaux projets d'extension et de développement ont mûri. Il s'agira, notamment, de proposer sur le marché une gamme de produits dits de bien-être, en particulier des produits diététiques et des produits certifiés bio. Pourtant les soucis et les obstacles qui tendent à contrarier le plan de développement de l'entreprise ne manquent pas.

La faiblesse des circuits de distribution respectueux de la chaîne de froid rendent inaccessibles plusieurs régions du pays ; les prestations des institutions bancaires en matière d'accompagnement des entreprises ne sont pas toujours à la hauteur des ambitions ; et, par-dessus tout, la rareté du foncier industriel empêche l'augmentation nécessaire des aires de stockage et l'extension à d'autres ateliers de production.



Mais, lorsqu'on en discute avec les dirigeants de la société, membres d'une famille soudée comme il se doit, on ne peut s'empêcher d'être admiratif devant leur détermination à aller de l'avant et de contribuer, à hauteur de leurs possibilités, au redressement et à la modernisation du secteur productif et, partant, de l'économie nationale.

A bien des égards, l'entreprise familiale CHEBLI est exemplaire. Elle l'est parce que nulle difficulté ne semble pouvoir décourager ses dirigeants. Elle l'est aussi, du reste, parce qu'elle inscrit sa stratégie de développement dans une démarche résolument citoyenne et patriote.

Aussi, lorsqu'on évoque cette entreprise et sa trajectoire, ne peut-on résister à l'envie de prendre Sénèque à contre-pied pour affirmer l'exact contraire de sa célèbre maxime : « Il n'y a point de vent défavorable pour qui sait choisir son cap. » ■

LA CRISE MONDIALE DU LAIT, SURVENUE EN 2007 ET 2008, A PROVOQUÉ UNE FLAMBÉE DES PRIX DE LA MATIÈRE PREMIÈRE ET AURAIT PU AFFECTER GRAVEMENT LES ACTIVITÉS DE L'ENTREPRISE CHEBLI



Condor

*« Le secret de notre réussite,
la confiance du consommateur »*



« Trois produits de marque Condor sont achetés chaque minute »

ENTRETIEN AVEC M. ABDERRAHMANE BENHAMADI, PDG DE CONDOR

AC - M Abderrahmane Benhamadi, voulez-vous faire une présentation de l'entreprise Condor ?

Abderrahmane Benhamadi : L'entreprise a été créée en 2002 et la marque Condor a été déposée en 2003. Actuellement la société Condor, qui est une marque algérienne, est devenue société par action (SPA) et emploie 4600 travailleurs. Nous avons des usines de fabrication à Bordj Bouarerdj et nous avons un réseau de distribution au niveau national. Vous venez d'enregistrer l'inauguration du 104ème Showroom à El Hamiz, qui vient justement développer votre réseau de distribution. Qu'en est-il du secret du développement de la marque Condor sur le marché national ?

Le secret de notre développement revient à la qualité de nos produits et au développement de la relation de confiance de manière continue avec le consommateur. Il y a aussi le service après-vente que nous avons développé et qui est très performant. Nous avons aussi le rapport qualité/prix qui est imbattable. Nous essayons d'être toujours plus proche des consommateurs. Question de transparence.

Peut-on avoir le dernier chiffre d'affaire, après 14 ans d'activités dans le domaine de l'électroménager, télévisions, climatiseurs et autres produits que vous fabriquez depuis la création de la marque Condor ?

Le chiffre d'affaire réalisé en 2014, serait arrêté aux environs de 55 milliards de DA, toutes taxes comprises. En termes de parts de marché, nous estimons avoir 1/3 du marché, soit un taux qui varie entre 30 et 35% selon les produits, et nous sommes pratiquement leader dans tous les domaines des produits électroménagers, tels que le chauffage, réfrigérateurs, climatisation et électronique.

Le marché de la concurrence nationale et internationale est devenu de plus en plus exigeant ces dernières décennies. Comment faites-vous face à cette nouvelle donne commerciale et économique, sachant que beaucoup d'entreprises n'ont pas pu suivre l'évolution du marché de l'offre et de la demande ?

C'est vrai que la concurrence est devenue très rude ces dernières années. Les multinationales sont plus agressives que d'habitude. On les a poussées à s'installer en Algérie. On les a poussées à ouvrir des services après ventes. On les a poussées aussi à baisser leurs prix. Donc, si l'on se réfère à ces aspects-là, on peut dire que, jusqu'à présent, c'est une concurrence loyale et nous continuons à nous battre et à préserver des emplois.

Peut-on connaître les capacités actuelles de productions de la marque Condor ?

Pour l'année 2014, nous avons produit un volume de 1.5 millions d'unités tous produits confondus. On peut dire que le consommateur algérien achète trois produits de marque Condor chaque minute. Le taux d'intégration est-il important dans vos produits, Le taux d'intégration varie d'un produit à un autre. Il faut dire que l'on a entre 60 et 70, voire 80 % dans les climatiseurs, les produits de l'électroménager, les grosses machines comme les frigos. Quant aux produits Hight Tech, le taux d'intégration est minimal, ça ne dépasse pas les 3 à 4%.

Qu'en est-il des exportations du produit Condor ?

Nous travaillons dessus. Nous avons une équipe qui est chargée de suivre ce dossier et on essaye d'ouvrir des marchés dans les pays Arabes et Africains. Je peux dire que nous avons déjà des équipes qui travaillent dans ce sens dans certains pays francophone africains et, bientôt, nous allons ouvrir un showroom en France.



LE MARCHÉ PARALLÈLE POSE UN VÉRITABLE PROBLÈME POUR LA PRODUCTION ET L'ÉCONOMIE NATIONALE À LA FOIS.

Avez-vous un programme d'investissements pour 2015 ?

Effectivement. La société Condor ne peut évoluer sans investissements. Bien sûr, nous avons des lignes de fabrication prévues dans notre programme d'action pour augmenter nos capacités de productions dans le froid notamment, et ce, parce que nous arrivons au moment de saturation.

Nous travaillons déjà dans le système d'équipes 2 fois 8 et parfois 3 fois 8 pour satisfaire la demande. Nous allons aussi développer notre usine dans la fabrication de panneaux photovoltaïques et on va l'automatiser complètement afin d'augmenter la capacité de production et avoir un produit de qualité meilleure.

Le marché parallèle pose un véritable problème pour la production et l'économie nationale à la fois.

En ce qui nous concerne, je dirai franchement que le marché parallèle est en déclin ces dernières années. Ce n'est plus la situation d'il y a 5 ou 10 ans. Je parle du domaine de l'électroménager. Actuellement, nous avons des entreprises de fabrication connues est des marques algérienne qui sont connues dans le marché algérien. La plus part de ces marques sont de Bordj Bou Arerdj et nous avons des entreprises multinationales qui se sont installées aussi. Je pense que la part du marché parallèle ne dépasse pas les 30% du marché national.

L'entreprise Condor a développé plusieurs projets dans le cadre du partenariat. Pouvez revenir sur le choix de vos partenaires privilégiés ?

Notre partenariat se développe surtout avec des universités et centres de recherches spécialisés surtout dans la photovoltaïque comme le CDDER, (Centre développement des énergies renouvelables), et nous allons passer au partenariat avec d'autres sociétés étrangères qui ont un savoir-faire très avancé dans ce domaine de fabrication. Il arrive que nous nous retrouvions avec des sociétés étrangères qui ont un savoir-faire reconnu, mais qui n'ont pas les moyens de venir investir en Algérie.

Et pour avancer dans ce domaine, nous avons choisi certaines de ces sociétés, qui vont entrer avec nous en partenariat. De leur côté, ils vont ramener leurs savoir-faire et expérience et nous, nous allons mettre les moyens nécessaires, afin d'avancer ensemble dans ces nouvelles technologies qu'on va développer en Algérie.



LE IL Y A UN MOIS, NOUS AVONS LANCÉ LA PLUS GRANDE USINE D'AFRIQUE, NOUS AVONS DES USINES DE MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION, NOUS SOMMES AUSSI DANS L'AGROALIMENTAIRE ET LE PLASTIQUE.

Ne songez-vous pas à diversifier vos investissements dans d'autres secteurs d'activités, comme c'est le cas de plusieurs entreprises algériennes qui ont investi dans le secteur du bâtiment, par exemple ?

Nous sommes déjà dans diverses activités avec nos différentes filiales. Je prends l'exemple de la photovoltaïque et la charpente métallique. Il y a un mois, nous avons lancé la plus grande usine d'Afrique, nous avons des usines de matériaux de construction, nous sommes aussi dans l'agroalimentaire, dont la pâte, la semoule, la farine etc. Nous sommes également dans la fabrication des plastiques. Ce n'est pas sous le nom de Condor, mais ce sont des filiales qui appartiennent à Condor. La ressource humaine est au cœur du développement des entreprises. Qu'en est-il de la politique de votre entreprise en matière de formation et de mise en valeurs de des ressources humaines ?

Vous savez que la société Condor est une entreprise certifiée ISO9001- 2008, depuis 2007 déjà. Nous sommes aussi certifiés dans un système de management intégré. De ce fait, la formation est une exigence de la norme. Nous avons beaucoup investi dans l'encadrement et je pense que la plus grande force de Condor, c'est toute la formation de ses personnels, femmes et hommes.

Beaucoup d'encre a coulé sur l'unification de l'IBS entre les sociétés de production et de distribution. Qu'en pensez-vous à votre niveau ?

Nous concernant, je suis d'accord avec cette nouvelle disposition en termes d'IBS. Je pense qu'il n'y a pas de différence entre une société de production ou de distribution. Une société est une société qui génère des bénéfices. Plusieurs taux peuvent engendrer la confusion et même la fraude.

L'Algérie s'apprête à signer son adhésion à l'OMC. Comment voyez-vous l'entreprise algérienne dans le système de cette organisation mondiale ?

L'adhésion de l'Algérie à l'OMC n'est pas une mauvaise chose, à condition d'instaurer des normes. Je veux dire qu'il faut protéger le marché national, l'entreprise algérienne et le consommateur. Pour ce faire, il faut avoir des normes pour protéger les différents intervenants du marché national. Aujourd'hui, on trouve des cuisinières qui ne sont pas dans les normes, qui présentent un danger pour le consommateur, mais qui sont commercialisées le plus normalement du monde. Condor, une société citoyenne et algérienne, ne peut pas fabriquer des produits hors normes et qui présentent un danger comme certains produits d'importations qui ne sont pas contrôlés ou ne sont pas fabriqués dans les normes. C'est là où réside la concurrence déloyale réellement. On ne craint pas la concurrence mais on doit aller sur les mêmes bases de qualité et privilégier la protection du consommateur. Là où on ne respecte pas la concurrence loyale, c'est là, justement où l'on trouve et retrouve le danger qui pèse sur le consommateur et l'industrie algérienne.



INAUGURATION À EL HAMIZ DU 104^e SHOWROOM CONDOR, LE 9 AVRIL 2015

Estimez-vous que le climat des affaires et assez favorable pour le développement des investissements, afin de booster la production et le développement économique du pays ?

Le climat des affaires aide l'entreprise algérienne à investir, à se déployer et à se développer. Mais le problème qui se pose, c'est que l'entreprise étrangère ne comprend pas ce qui se passe dans la réalité du monde des investissements en Algérie. Les entreprises étrangères pensent que nous avons toujours une administration lourde et la bureaucratie. Pour eux, c'est toujours difficile du faire du business en Algérie.

Ne pensez-vous pas que c'est souvent la règle 51/49% qui bloque les opérateurs étrangers pour venir investir ?

Je dis que c'est une règle inutile. Je pense qu'on doit traiter les investissements étrangers au cas par cas. Vous ne pouvez pas demander à un étranger de venir fabriquer et investir de l'argent dans des machines et des équipements et lui imposer un partenaire algérien avec une règle de 51/49%. C'est illogique. Les autres pays cherchent des investisseurs, quelle que soit la règle. Bien au contraire, on aide l'investissement direct étranger à venir. Mais avec la règle 51/49% qu'on impose, je dis que ça n'a aucun sens. On peut imposer cette règle dans des secteurs stratégiques, mais pas dans un investissement qui vient pour une boulangerie industrielle par exemple.

La loi de finance 2015, a-t-elle apportée une valeur ajoutée au développement des investissements, selon vous ?

C'est vrai qu'il y'a toute une batterie de textes qui encourage les investissements, à commencer par l'aide dans l'acquisition de terrain industrielle. Il y a aussi la réduction des taxes, leur élimination ou leur soumission à échancier de 5, voire 10 ans. Il y a des textes très importants. Mais, il faut que tout le monde adhère à cette stratégie pour avancer ensemble et développer les investissements en Algérie. Oui, c'est vrai, le foncier est un problème énorme. A Bordj Bou Arreridj, le foncier n'existe plus. Tout a été distribué. Peut-être que dans d'autres wilayas et régions le problème ne se pose pas, mais à Bordj, le problème est énorme.

Quelques choses pour conclure ?

(Sourire)... Je souhaite plein succès à votre magazine !

■ **Propos recueillis par Amar Cheker**



« NOS INVESTISSEMENTS SONT LE REFLET DE NOTRE CONFIANCE EN L'ALGÉRIE »

**Hugues Lebeau ,
vice président
des affaires publiques
de Sanofi intercontinental**

Depuis avril 2009, il est directeur des Affaires publiques de Sanofi Intercontinental et suit en particulier l'activité du groupe dans les pays émergents.

LCR - Avec deux usines de production et une troisième en construction, Sanofi garde sa plus grosse implantation africaine en Algérie. Pourquoi avoir choisi ce pays ?

Hugues Lebeau - Tout simplement parce que l'Algérie est stratégique pour Sanofi ! Nous sommes présents en Algérie depuis plus de 20 ans. Sanofi en Algérie, c'est plus de 780 collaborateurs, deux usines de production, une située à Oued S'Mar spécialisée dans les formes sèches, et une autre à Ain Bénian spécialisée dans les formes liquides, avec respectivement 95 et 125 emplois. L'Algérie est la plus importante filiale de Sanofi en Afrique où nous sommes un acteur industriel de premier plan : près des 2/3 des 150 produits et vaccins mis à disposition par Sanofi sont produits sur le territoire national, par des Algériens et pour des Algériens. Nos investissements sont le reflet de notre confiance en l'Algérie.

L'Algérie est une véritable charnière entre l'Europe et l'Afrique : elle joue un rôle stratégique entre le Nord et le Sud en accueillant des investissements industriels qui lui permettent de développer ses capacités de production, pour son propre marché mais aussi pour exporter vers l'ensemble du continent africain. Le pays possède des atouts remarquables pour jouer un rôle de premier plan et notre ambition est d'accompagner cette dynamique.

« Le Ministère de l'Industrie a joué un rôle clé dans notre développement en Algérie »

LCR - Quels sont les principaux besoins en matière de santé que vous distinguez en Algérie ?

H. - Je ne peux pas répondre à la place du Ministre de la Santé, M. Boudiaf, qui a des idées très claires sur les priorités de l'Algérie. Ces priorités répondent à des soucis de modernisation, de rationalisation des dépenses et d'amélioration de l'offre publique de santé. Elles répondent aussi à la volonté des pouvoirs publics d'améliorer l'accès aux soins des patients : la santé pour tous et partout, y compris dans les régions les plus enclavées du pays !

Deux défis me paraissent particulièrement importants : le vieillissement de la population et la transition épidémiologique qui se traduit par une progression des maladies non transmissibles telles que le diabète, l'hypertension et certaines formes de cancer. Pour autant, il faut continuer à maîtriser les maladies infectieuses. Des progrès importants ont été réalisés en Algérie dans de nombreux domaines, notamment au niveau du VIH et de la tuberculose, mais il faut rester vigilant. Enfin, la vaccination reste une action préventive essentielle. Dans ce domaine, l'Algérie n'a pas ménagé ses efforts et il faut poursuivre dans cette voie. Sur l'ensemble de ces différentes priorités, la volonté de Sanofi en Algérie est d'accompagner les autorités de Santé, dès lors que nous disposons des compétences nécessaires.

LCR - Quel a été le rôle du Ministère de l'Industrie et des Mines dans la réalisation de votre nouveau site ?

H. L. - Le Ministère de l'Industrie et des Mines a joué un rôle clé tout au long des étapes de ce projet. On ne peut en effet développer un projet de cette dimension sans une relation forte avec le gouvernement. S'agissant du projet de Sidi Abdellah, le Ministre de l'Industrie et des Mines, aujourd'hui M. Bouchouareb, mais aussi ses prédécesseurs, ont joué un rôle déterminant dans sa réalisation.

Nous avons tout d'abord bénéficié du programme de l'Agence Nationale pour le Développement de l'Investissement (ANDI), suivi d'un avis favorable du Conseil National de l'Investissement (CNI) au sein duquel l'action du Ministre de l'Industrie est décisive. Un contrat de concession a ensuite été signé lors de la visite du Président Hollande en Algérie, le 20 décembre 2012. Puis les choses se sont accélérées, avec un permis de construire délivré par la ville nouvelle de Sidi Abdellah en septembre 2013, et une première pierre posée le 26 septembre 2013, en présence des ministres de l'Industrie, de la Santé et du Directeur Général de Sanofi, M. Christopher Viehbacher.

LCR - Que représente en superficie et en investissement ce nouveau site Sanofi ?

H. L. - Notre nouveau site de production se trouve à 25 km à l'ouest d'Alger, facilement accessible et bien doté en infrastructures. Notre future usine et notre centre de distribution seront situés au sein du pôle de développement pharmaceutique et biotechnologique de la ville nouvelle de Sidi Abdellah.

Il nous a semblé important d'accompagner le développement de ce pôle stratégique et c'est la raison pour laquelle notre choix s'est porté sur ce site. L'usine de Sidi Abdellah sera le plus important complexe de production de médicaments de Sanofi en Afrique et au Moyen-Orient. Elle aura une capacité de production de 100 millions de boîtes par an, soit 80% des volumes distribués par Sanofi en Algérie. Ce projet représente un investissement de 6,6 milliards de dinars et l'usine aura une surface bâtie de 33 000 mètres carrés, soit 50% de la superficie totale du terrain. Les opérations de terrassement se déroulent comme prévu. Les fondations et les structures métalliques seront achevées d'ici à la fin de l'année.

Avec notre partenaire local, l'entreprise nationale Sidal, notre ambition est de répondre aux besoins de santé des Algériens et nous réfléchissons ensemble à d'autres projets de coopération dans le domaine du diabète ou des vaccins.

LCR - Sanofi et le Ministre de la Santé ont signé un protocole d'accord pour améliorer le dépistage et la prise en charge de l'hypertension artérielle, du diabète et de l'hyperlipémie. Où en est cet accord ?

H. L. - Le protocole d'accord intitulé « Cœur et Diabète » a en effet été signé en décembre 2013, complété le 8 avril

dernier par une convention dont le comité de pilotage s'est réuni le 10 juin. Il rassemble des experts, des représentants du Ministère de la Santé et de Sanofi.

L'objectif de la convention est de favoriser le développement d'actions de sensibilisation, de dépistage et d'éducation thérapeutique des populations algériennes, grâce à l'appui d'une clinique mobile. Il s'agit aussi de contribuer à la formation des professionnels de santé.

LCR - Quels sont vos autres projets pour améliorer l'accès aux soins et aux médicaments en Algérie, et sur le continent africain ?

H. L. - Avec notre partenaire local, l'entreprise nationale Sidal (avec laquelle nous sommes liés dans une joint-venture, Winthrop Pharma Sidal), notre ambition est de répondre aux besoins de santé des Algériens et nous réfléchissons ensemble à d'autres projets de coopération dans le domaine du diabète ou des vaccins. Notre ambition est de développer notre capacité de production locale qui est aujourd'hui proche des 2/3 de nos volumes distribués, pour la porter à 80%, ce qui va au-delà des objectifs fixés par les autorités.

Au-delà de l'Algérie, nous poursuivons la même ambition sur l'ensemble du continent africain, où nous sommes leader. Nous avons récemment renforcé notre offre générique par la mise en place d'une plateforme dédiée car notre objectif est bien d'améliorer l'accès aux soins des Africains avec des médicaments de qualité à des prix adaptés.

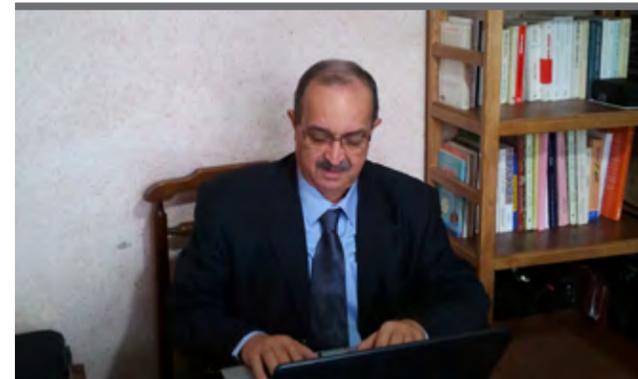
Nous menons également des programmes pour améliorer la prise en charge des maladies tropicales négligées comme celle des maladies non transmissibles.

■

DÉBATS

« ADHÉSION A L'OMC :
ENJEUX, OUVERTURE
ET VULNÉRABILITÉS »

**Yacine Ould Moussa,
économiste**



L'adhésion de notre pays à l'OMC suscite en permanence des débats publics ou restreints entre différents corps de la société, experts, institutionnels et citoyens. Les questions sur la pertinence, les modalités et les préalables de cette adhésion interpellent tous les acteurs économiques et sociaux afin de dégager un consensus et surtout une vision à long terme sur le mode d'organisation et de fonctionnement de l'économie nationale et son modèle d'accumulation dont les fondements actuels ont atteint leurs extrêmes limites, encore une fois mises au grand jour par la baisse des prix des hydrocarbures.

LES VULNÉRABILITÉS

Le mot vulnérable signifie, selon le dictionnaire Larousse, « susceptible d'être attaqué, battu » ou « qui donne prise aux attaques morales » ou encore « faible, qui donne prise à la critique ». Cette définition renvoie à plusieurs concepts. L'un est lié à la sécurité nationale : lorsqu'on est vulnérable on est susceptible d'être attaqué et même battu.

L'autre est lié à la faiblesse, ce qui veut dire qu'être vulnérable, c'est être faible. Cette faiblesse peut avoir plusieurs causes et revêtir plusieurs aspects. La vulnérabilité peut être aussi « interne » « au-dedans » comme elle peut être « externe », liée « au-dehors ». Les vulnérabilités peuvent être de diverses natures. Elles peuvent être d'ordre économique, social ou politique, comme elles peuvent être liées à la géographie, la géopolitique, etc. Il est possible donc de les cerner, de les maîtriser. Entendons par là, la capacité ou la faculté de mettre en exergue les causes profondes et fondamentales qui les génèrent, et de les hiérarchiser.

La hiérarchisation des vulnérabilités est une nécessité vitale pour le choix d'une stratégie. Il existe des vulnérabilités d'ordre structurel ou conjoncturel et des vulnérabilités pérennes contre lesquelles, il n'y a aucune issue. Il y a des vulnérabilités plus contraignantes que d'autres. Telle est la complexité du concept.

Peut-on éliminer ou atténuer efficacement les vulnérabilités ? Quelles sont les stratégies globales qu'il faut mettre en œuvre pour escompter des résultats positifs ?

« Il n'y a point de vent favorable pour qui ne sait vers quel port aller »

SÉNÈQUE

En fait, il ne dépend que de la volonté politique des pouvoirs publics et des forces politiques et sociales en présence de concevoir ensemble puis de mettre en œuvre en œuvre une stratégie d'éradication des vulnérabilités. Cette stratégie doit reposer sur des principes simples :

Comment lutter contre les vulnérabilités ? Est-ce possible ?

Oui il est possible de les prendre en charge dans le cadre d'une politique aux objectifs bien définis.

La science politique nous offre toute une panoplie d'instruments, adaptés à chaque situation, pour réduire les vulnérabilités. Les instruments de la politique économique, à savoir : la politique budgétaire et fiscale, la politique monétaire, la politique des échanges commerciaux et la politique du taux de change, en particulier, sont en mesure d'aider efficacement à relever tous les défis s'ils sont utilisés avec cohérence. Il faut savoir que chaque instrument ne peut être utilisé que pour des objectifs précis.

Par conséquent, c'est en fixant des objectifs clairs et complémentaires que l'utilisation des instruments de la politique économique est plus efficace et plus rationnelle. Cela suppose donc une plus grande maîtrise des problèmes posés. Cependant, le choix, même judicieux, d'une politique économique ne peut suffire à lui seul. Le recours à d'autres instruments est impératif. En particulier, la recherche

d'une bonne gouvernance qui peut être appréhendée et synthétisée à travers des institutions solides, stables et en pleine osmose avec les mutations nationales, une participation citoyenne pleine et effective en vue d'atteindre les objectifs de la Nation et, surtout, un management de qualité tant sur le plan économique que sur le plan politique et administratif.

VULNÉRABILITÉS D'ORDRE NATUREL, INSTITUTIONNEL ET ÉCONOMIQUE

Parmi les vulnérabilités d'ordre naturel on trouve la nature du territoire, avec 1,9 million de kilomètres carrés de terres improductives, les terres propices à l'agriculture ne représentant que 40 millions d'hectares dont, en fait, seuls 8,2 millions représentent des terres utiles. On peut citer aussi les implications de l'immensité du pays, la structure de la population avec 29 Millions d'habitants entre 19 et 59 ans en 2020, soit la population active en mesure de travailler, et la répartition géographique de la population avec 80 % des habitants vivant dans le nord du pays, sur une mince bande longue de 1200 km et variant entre 30 et 50 km de large, selon les endroits. Parmi les vulnérabilités d'ordre institutionnel, au niveau de la gouvernance politique et institutionnelle, on peut citer les questions de stabilité institutionnelle et politique et le fonctionnement du paysage politique et syndical. Au niveau de la gouvernance de l'économie, on peut évoquer la problématique des institutions et le rôle de l'État, ainsi que le management de l'économie, la cohérence entre les instruments et les ambitions affichées. Parmi les vulnérabilités économiques, enfin, on peut noter la question du modèle de croissance et d'accumulation, qui reste posée, la sensibilité du pays à l'environnement international en raison des chocs et contre-chocs pétroliers extérieurs et à sa dépendance de l'extérieur, ainsi l'économie et la société soumis au cours du baril, à la commande publique, aux importations et aux conditions météorologiques, ce qui fait trop facteurs de fragilités aléatoires.

« L'ordonnance N°03-03 relative à la concurrence consacre la liberté des prix ; elle précise qu'ils sont librement déterminés par le jeu de la concurrence. »

LES ENJEUX

Le principaux challenges à relever par notre pays et l'économie nationale pour les cinq prochaines années, consistent en la réduction, de façon significative, de notre forte dépendance envers les hydrocarbures dont les exportations constituent 97% du total des recettes en devises, l'intensification du processus de croissance durable en diversifiant l'investissement dans les secteurs productifs, l'accroissement de la part de la production nationale sur le marché domestique, notamment en valorisant toutes les ressources disponibles sur l'ensemble du territoire nationale, la préservation, des grands équilibres financiers, budgétaires et monétaires et, enfin, la création d'emplois en rapport avec la demande d'insertion sociale et professionnelle des générations issues du système éducatif à l'horizon 2020.

Ce sont ces enjeux fondamentaux qui se posent à notre économie, d'autant que les échéances internationales se rapprochent inexorablement en conséquence de la mise en œuvre des accords d'association avec l'Union Européenne et de la prochaine adhésion à l'OMC.

Ce contexte international impose à l'Algérie des défis incontournables qu'elle se doit de relever dans les meilleures conditions possibles pour ne pas gâcher ses chances d'accéder au rang de pays émergent et risquer de se retrouver dans un processus de marginalisation et de sous-développement. En effet, les questions socioéconomiques internes exigent des solutions de fond pour réduire et maîtriser la pression des besoins sociaux et de la demande nationale en différents domaines, (emploi, éducation, santé... sur un fond de mutation du modèle de consommation), préparer le tissu économique et ses acteurs aux enjeux qui se dessinent pour l'Algérie à l'horizon 2020, assurer une exploitation optimale de nos ressources et réduire nos vulnérabilités.

La prochaine étape pour notre économie nationale consiste en la mise en œuvre d'un plan d'action largement concerté et porté par une vision stratégique à moyen et long terme, pertinente et partagée par tous les acteurs institutionnels, économiques et sociaux, sans exclusive, ni exclusion, bref par toutes les parties prenantes au développement et à la croissance. Il s'agira de mettre en œuvre toutes les politiques publiques convergentes vers une croissance économique forte et durable et une diversification du tissu productif, dont l'un des plus importants vecteurs et secteur est l'industrie. Les entreprises algériennes et les acteurs économiques doivent au plus vite et à large échelle se doter de politiques structurelles et structurantes à la mesure des nécessités et des impératifs de croissance et de création d'emplois dont le pays et la collectivité nationale ont besoin.

Tel est le prix pour appréhender l'avenir avec sérénité et lucidité, avec prudence et intelligence, compte tenu des moyens pluriels dont l'Algérie dispose aujourd'hui et qui pourraient s'accroître davantage dans le futur.

C'est ainsi que l'économie nationale serait alors en mesure de réduire, voire résorber ses vulnérabilités et fragilités notamment extérieures et sa dépendance vis-à-vis des hydrocarbures et des importations, ces dernières assurant pour l'heure la couverture de 70% des besoins de l'économie et de la société algériennes. Les pouvoirs publics, les services de l'administration en charge de réaliser ces objectifs, se doivent de revêtir les attributs de facilitateur, accompagnateur, régulateur, voire de leader dans la « fabrication » des conditions de la croissance, aux côtés et au service de tous les créateurs de richesses, entreprises algériennes et porteurs de projets. Aujourd'hui, même si la volonté politique existe avec des moyens importants, la question de l'ingénierie de la croissance reste encore posée, vue l'ambition de la faire porter à des niveaux plus élevés : un taux de 7% est attendu pour les cinq prochaines années.

En fait, il convient de réaliser un nouveau « logiciel » au service du développement de l'entreprise, pour un redéploiement de l'action de l'administration au plan national et local et afin d'obtenir de meilleurs niveaux de performance compte tenu de la diversité des exigences de terrain : écoute, accompagnement, médiation, facilitation, régulation, suivi de proximité, assistance, communication et information, etc.

Quelle économie voulons-nous construire, à terme ? Avec quel consensus social ?

Comment mettre en œuvre les programmes définis, selon quels modes opératoires, quels instruments d'ordre organisationnels, de pilotage d'ingénierie et d'évaluation ?

Comment nous déterminer par rapport aux grandes tendances internationales marquées par la crise financière et les restructurations en cours au plan géopolitique et géoéconomique ? Comment examiner et évaluer la place et le rôle que pourrait tenir, à terme, notre économie, au sein de l'économie régionale et internationale ?

Tel devrait être le contenu des débats et du questionnement entre les pouvoirs publics et les partenaires économiques et sociaux pour construire un consensus, une vision, une action et un succès partagés par tous les algériens, sans exclusive.

L'OUVERTURE

Est-ce que notre économie est ouverte depuis le plan d'ajustement structurel ? à qui est-elle ouverte ?

Peut-elle être plus ouverte qu'elle ne l'est aujourd'hui dans l'attente de nos échéances et engagements multilatéraux (OMC, UE, ZALE) ?

Sans être membre de l'OMC, l'économie nationale est déjà très ouverte au prétexte de libéralisation du commerce extérieur et de la construction d'une économie de marché et ce, sous la pression des intérêts et appétits internes et externes

qu'ils ont générés. La question du rythme de l'ouverture en rapport avec des groupes d'intérêt internes et externes se pose. Trop vite pour les uns, trop lent pour les autres.

La protection tarifaire actuelle est-elle efficace, compte tenu de la structure et du logiciel de fonctionnement de notre économie ?

Protéger quoi ? Protéger qui ?

La meilleure protection consisterait surtout à générer et partager la croissance, à créer des entreprises et des emplois, à réunir de manière récurrente et pertinente des conditions de compétitivité aux standards internationaux, à garantir une intégration interne, à s'inscrire dans les chaînes de valeur internationale, à transformer nos avantages comparatifs en avantages compétitifs. La question n'est pas l'adhésion ou non à l'OMC. La question est : quelle stratégie concevoir et conduire pour encadrer l'ouverture : rentrer à l'OMC, l'UE, la ZALE etc., de façon pertinente et maîtrisée. Il s'agit de ne pas subir passivement la mondialisation mais d'en capter les opportunités dynamiques et les marchés porteurs par la compétitivité, l'innovation, le saut technologique, la formation des ressources humaines, l'émergence d'entrepreneurs, et les appuis directs et indirects de l'État.

Qu'ont fait l'Allemagne, la Corée, la Turquie, le Brésil, la Chine ou l'Inde, que nous ne pourrions faire ou nous ne saurions faire ?

L'enjeu de l'OMC ne concerne pas uniquement les biens mais aussi les services qui peuvent être d'importants gisements de création d'entreprises, d'emplois et de richesses. La banque, l'assurance, le tourisme, le transport, la propriété intellectuelle et la propriété industrielle sont les enjeux de taille à bien négocier comme pour les biens dans le cadre de clauses de sauvegarde mais surtout de politiques publiques inscrites dans la durée. Ce qui est dangereux et inefficace au plan politique économique, social et sociétal, ce n'est pas d'importer mais c'est de ne rien produire soi-même. L'économie nationale a aujourd'hui tous les inconvénients d'une ouverture débridée sans avoir les avantages et les retombées en termes de croissance, de développement partagé, de réduction de ses fragilités structurelles et de promesses d'avenir pour sa jeunesse. Une ouverture dans l'inertie ne peut que déstructurer notre économie mais ne peut également constituer un alibi pour les tenants du statut quo.

L'ouverture se nourrit partout de patriotisme économique qui lui exige de la réflexion, de la concertation, de la planification, de la projection et de l'action au quotidien et solidarité intergénérationnelle exceptionnelle pour aller de l'avant et réaliser un projet national commun à tous les algériens. ■

« LA BAISSÉ DES COURS
DU BRUT CRISTALLISE
TOUS LES FAUX DÉBATS »

Abderezak Trabelsi,
délégué général de l'Abef



Abderezak Trabelsi

LCR - D'abord une question très personnelle : comment en êtes-vous venu à la Délégation Générale de l'Association Professionnelle des Banques et Etablissements Financiers (ABEF) ?

Abderezak Trabelsi - L'ABEF est une association que je connaissais à la fois en tant que membre du conseil mais dont j'avais également assuré la trésorerie lorsque je dirigeais l'ALC. Il faut savoir que l'adhésion à l'ABEF est obligatoire pour les institutions financières, le conseil composé de 9 membres est élu. La représentation au conseil se fait obligatoirement par le Président Directeur Général de l'institution ou par son Directeur Général. La délégation générale de l'ABEF, son organe exécutif est quant à lui élu en même temps que le conseil. Mais depuis trois ans nous avons changé les statuts afin que le délégué général soit nommé et ce afin d'assurer une délégation non partisane.

L'Association a deux missions, une mission d'actions internes qui s'adressent aux adhérents et une mission d'actions externes. La première consiste à développer des actions en liaison directe avec les activités du secteur: réalisation d'actions communes, formations, débats internes autour des questions du développement du secteur bancaire. La seconde relève d'une action de lobbying auprès des pouvoirs publics en vue de rendre le travail de la banque plus simple: discussions avec les acteurs économiques, le patronat... pour discuter ensuite avec le gouvernement (participation à la tripartite). Pour exemple, c'est dans le cadre de ces missions que le GIE monétaire a été créé.

Après une carrière dans l'enseignement supérieur et un passage à la banque centrale, Abderezak Trabelsi a créé et dirigé la SATIM en 1995. Puis, en 2000, il a été le chef de projet de Arab Leasing Corporation, la première société de leasing algérienne, avant d'en assurer la direction et ce jusqu'en 2008. Entre 2008 et sa nomination à l'ABEF, en 2012, il a travaillé en qualité de consultant, toujours en matière de leasing. Il a bien voulu répondre à nos questions et donner son point de vue avisé sur les questions d'actualité

LCR - Comme chacun de nous, vous avez suivi les fluctuations inquiétantes des cours des hydrocarbures sur le marché mondial. Quel sentiment cela vous a-t-il inspiré ?

A.T. - Cette question cristallise tous les faux débats en Algérie. L'approche de devoir mieux gérer dans cette période voudrait dire que l'on peut ne pas gérer avec un prix du baril haut. Si cela peut inciter à mettre de l'ordre dans nos réflexions et stratégies collectives et si c'est une invitation à clarifier notre vision du développement économique et social en Algérie, alors c'est une bonne chose. De manière concrète, l'état aura moins d'argent et pourra donc faire moins de choses: quelles seront donc les priorités? Si les factures ne sont pas réduites la question de leur financement se pose. Or il ressort des déclarations faites et de ce que l'on peut lire dans la presse c'est que l'on ne change pas le programme établi. Donc quid de la source de financement.

Le secteur bancaire à l'heure actuelle répond à la demande. En effet nous avons un taux de croissance d'octroi de crédit supérieur à 20% et 75% de crédits accordés sont des crédits d'investissement. C'est un motif de satisfaction important. Le second motif de satisfaction important se trouve sur le plan de la liquidité dont les banques disposent. Notre système bancaire est solide selon les critères d'appréciation internationaux, les critères de Bâle. La question donc du financement par les banques du programme marchand de l'état se pose. Et la nous avons un problème car si la débudgétisation du

programme marchand de l'état est une bonne chose, elle soit être prise en charge par les marchés financiers et non par les crédits bancaires. Car, on risque un effet d'éviction dû au poids des investissements du secteur public par rapport au secteur privé; et entre deux projets un banquier choisira l'attribution d'un crédit au secteur public car ce crédit est garanti, et la capacité des banques à donner du crédit n'est pas illimitée. Dès lors, il devient urgent de développer les marchés financiers. Nous pouvons, par exemple, relancer le marché obligataire resté embryonnaire et crée cette tradition que les gros projets soient financés par le marché obligataire. Cela permettrait à la fois de financer des projets d'envergure mais également de drainer l'épargne privée qui est essentiellement concentrée à l'heure actuelle sur le marché de l'immobilier créant la bulle immobilière que l'on connaît. Le développement de la bourse viendra ultérieurement.

Dans des économies à des stades plus avancés, l'investissement est pris en charge à 55% par le secteur bancaire et à 45% par les marchés financiers.

Par exemple selon la croissance démographique de notre pays à moyen terme, d'ici une douzaine d'années, il faudra créer 8 millions d'emplois. Il faudra des entreprises fortes et une économie rentable pour pouvoir absorber ces demandeurs d'emplois. Dans le même sens, nous avons 4 millions de retraités à l'heure actuelle. Avec l'allongement de la durée de vie, la question du financement de ces retraites se pose si la base des cotisants n'a pas été élargie. Aucune caisse de retraite ne peut tenir sans fructification de l'argent d'où la nécessité de développer les marchés financiers.

LCR - D'aucuns pensent que les banques algériennes, à travers le dispositif législatif et réglementaire en cours, favorisent l'importation et pénalisent l'investissement et la production locale. Avez-vous le sentiment que le constat est vrai ?

A.T. - A nouveau il faut clarifier le débat. Ce qui est en cause ce sont les dysfonctionnements. Il y a une double réalité qui crée un déficit de compétitivité de la production nationale par rapport à l'importation, et ce du fait d'un environnement défavorable à la production nationale et non du fait d'un coût de production trop élevé. Malheureusement, une partie importante des importations est constituée par des produits avec lesquels les produits nationaux sont

Dans des économies à des stades plus avancés, l'investissement est pris en charge à 55% par le secteur bancaire et à 45% par les marchés financiers.

compétitifs, mais produire en Algérie est plus difficile. De ce fait, à l'heure actuelle, importer est plus facile et rapporte plus. Si on ne prend pas de mesures, il y a peu de chances que l'importation soit réduite.

Les dysfonctionnements auxquels doivent faire face les producteurs nationaux sont réels et doivent être pris en charge, si la volonté de réduire les importations existe.

LCR - Si oui, quelles réformes faut-il entreprendre? Si non, comment expliquer l'état dénoter économie qui peine à se relancer en dépit de multiples dispositifs censés favoriser la reprise?

A.T. - Nous devons assurer une régulation fiscale, une régulation commerciale et une régulation administrative de l'environnement de l'entreprise. Les réformes doivent être orientées vers les besoins de l'entreprise. Le producteur n'a pas besoin de bonification car le marché est là; en revanche il a besoin de foncier disponible pour installer et développer sa production et ce contrairement à un importateur. À l'heure actuelle, nous avons moins de 300 entreprises qui réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 2 milliards de DA. Nous ne pouvons parler d'économie avec un marché aussi restreint.

LCR - Beaucoup d'encre a coulé à propos des négociations pour l'adhésion de l'Algérie à l'OMC. Pouvez-vous nous donner votre position à ce sujet et l'explicitier, autant que possible?

A.T. - Un autre faux débat. Aucune économie mondiale ne peut se recroqueviller sur elle-même sauf la Corée du Nord. Nous sommes dans une économie mondialisée. La question qui se pose alors est, comment dans cette économie mondialisée, je me fais ma place. Quelles sont les stratégies que je mets en place pour pouvoir développer les secteurs, les branches d'activités pour être compétitifs. On régit par dogmatisme alors qu'il y a des mesures que nous pouvons mettre en place.

La question qui doit être posée est celle des normes. Ainsi, qu'est-ce qui nous empêche de mettre des barrières non tarifaires, en place. La première voiture algérienne Renault va sortir. Est-ce que l'on a protégé ce véhicule contre les importations étrangères en mettant une barrière non tarifaire? ■

MISE EN RÉSEAU AU SERVICE
DE L'EXPANSION COMMERCIALE
REGARDER VERS L'AFRIQUE SUBSAHARIENNE

Ahmed Belghenou*,
ancien consultant
pour l'ONU



La mise en réseau est une technique à laquelle ont habituellement recours les managers pour se constituer un portefeuille de relations d'affaires qu'ils mettent au service du développement de leur entreprise. Considérons le projet d'investir le marché d'Afrique au sud du Sahara dans la perspective d'y prendre des parts de plus en plus importantes comme étant une entreprise au sens complet du terme, entreprise dont l'équipe managériale a pour responsabilité de mettre en œuvre une feuille de route. Cette mise en œuvre nécessite, entre autres moyens, techniques et méthodes, de disposer d'un réseau de relations à même de faciliter, sinon de participer activement à l'entrée sur le marché ciblé du produit algérien. L'entreprise « Export of Algerian Product and Services » a donc, comme toute autre entreprise, besoin d'un réseau qu'il importe de mettre continuellement à jour, sinon de créer de toutes pièces.

Examinons dans un premier temps l'état du réseau qui existe éventuellement sachant que nos entreprises sont peu présentes, pour ne pas dire totalement absentes, des marchés africains.

Quels en sont, dans ces conditions, les points forts (atouts, forces) et les points faibles (failles, faiblesses) et comment définir les priorités dans la construction ou la mise à jour de ce réseau. C'est donc à une évaluation du réseau aussi complète et aussi objective que possible qu'il importe de procéder.

* Titulaire d'un Ph.D, expert formateur et consultant en management des entreprises et en développement des ressources humaines, Ahmed Belghenou est ancien fonctionnaire et consultant pour les Nations Unies, principalement en Afrique subsaharienne. Riche de sa connaissance de ces régions et de son expérience, il dit la nécessité pour l'Algérie de regarder dans cette direction.

** Les représentations diplomatiques et consulaires algériennes dans l'aire géographique cible pourraient également utiliser les anciens étudiants et stagiaires de retour dans leurs pays comme éléments de lobbying pour le produit d'Algérie.

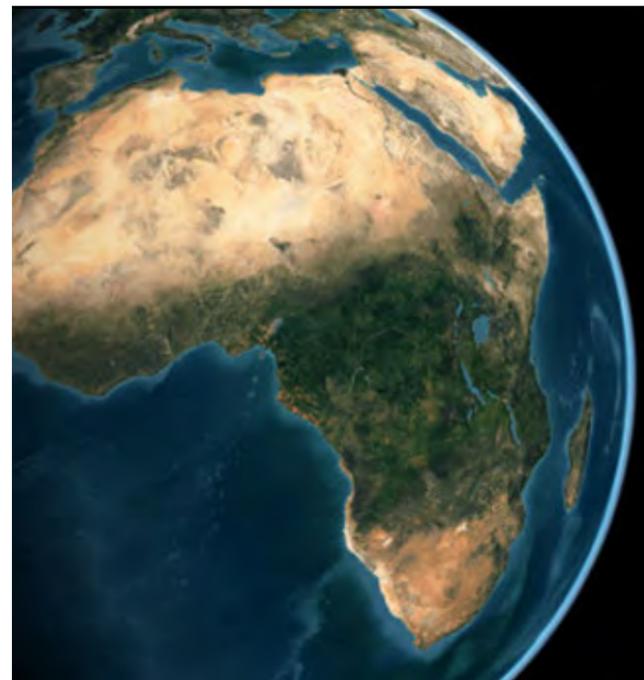
Un large balayage des contacts actuels et souhaités effectué, il s'agira de les classer ou d'y mettre un ordre.

À la base de cette évaluation se trouvent les réponses à des questions bien précises : quelles aires géographiques (pays ou groupements de pays) viser et pour quels produits/services ; dans ces aires une fois identifiées, où et à quel niveau de responsabilité les contacts sont-ils nécessaires ? L'évaluation ainsi réalisée aidera ainsi à bâtir ou reconstruire le réseau dont dépendra l'atteinte de l'objectif assigné.

Pourquoi et à quel moment devient-il nécessaire de recourir au réseau ?

En ce qui concerne notre propos, c'est certainement devant le défi d'assurer le développement de l'entreprise et d'élargir ses parts de marché, notamment à l'export vers les pays d'Afrique au sud du Sahara et plus particulièrement les pays du voisinage immédiat.

Mettre à jour ou créer son réseau nécessitera donc d'établir la liste des contacts puis d'organiser ces contacts.



ÉTABLISSEMENT OU MISE À JOUR DES LISTES DE CONTACTS

Il s'agit de dresser l'inventaire des contacts existants ou à établir en vue de le structurer, de le mettre à jour et de l'adapter. Cet inventaire regroupe les structures, institutions et personnes dont les coordonnées sont recueillies et classifiées en vue d'une utilisation aisée (adresse postale, E-mail, numéro (s) de téléphone).

Il doit comporter deux types de relations, celui des relations « primaires » et celui des relations « secondaires ». Le premier regroupe les ambassades et consulats algériens dans l'aire géographique visée à travers leurs conseillers et attachés économiques, les organes locaux de régulation du commerce extérieur, les chambres de commerce et chambres de métiers, les associations d'opérateurs locaux et, en Algérie, les représentations diplomatiques des pays de la zone visée, les organes de régulation et de promotion des exportations, les associations d'opérateurs, les institutions de financement des exportations, les transporteurs...).

La liste des relations "secondaires" devra comprendre les autres organismes, institutions, structures et personnes directement ou indirectement concernées par l'acte d'exporter.

ORGANISATION DES LISTES DE CONTACTS

Un large balayage des contacts actuels et souhaités effectué, il s'agira de les classer ou d'y mettre un ordre. Pour cela, deux possibilités existent.

La première possibilité consiste en l'élaboration d'un tableau à double entrée avec en ligne l'activité (champ couvert, niveau de responsabilité) et en colonne la localisation (du plus proche au plus éloigné). Une fois finalisé, ce tableau permet de visualiser à la lecture les points forts et les « trous » du réseau qu'il faudra alors combler en développant de nouvelles relations. Une telle présentation permettra également, en fonction des plans d'action et projets de notre entreprise, de spécifier, selon un ordre de priorité donné, les contacts à entreprendre.

La seconde possibilité, qui peut être complémentaire, consistera en un classement des contacts selon la contribution attendue de ceux-ci à l'acte d'exporter de la relation dans un tableau avec, en colonne, le domaine d'activité et, en ligne, le poids de cette contribution qui sera alors forte, moyenne ou faible.

Une ligne « contribution forte » devra regrouper tous les contacts dont l'efficacité de l'intervention est avérée, accessibles à tout moment et susceptibles de répondre positivement aux sollicitations. Une ligne "contribution moyenne" rassemblera les contacts dont la sollicitation nécessitera au préalable un effort plus ou moins important d'explication et de sensibilisation au moyen de contacts personnalisés. Une dernière ligne "contribution faible" réunira les contacts potentiels, non encore sollicités et pour lesquels des stratégies d'approche devront être développées : organisation de rencontres professionnelles, semaines économiques, actions marketing, etc.

En conclusion, disons que cet essai pourrait être le premier jalon d'un exercice plus long, plus fouillé, mobilisant une équipe d'experts et praticiens de l'export pour, justement, proposer les voies et moyens d'une véritable conquête des marchés des pays voisins d'Afrique. Une prochaine contribution portera sur l'approche des marchés visés : points d'accès, produits et services susceptibles de faire face à la concurrence, modalités et conditions de pérennisation de la présence du produit algérien. ■

OBJECTIF MODERNISATION : UNE VOLONTÉ, DES RÉSULTATS ET DES ENGAGEMENTS



La mise en réseau des services déconcentrés et leur interconnexion à l'administration centrale est au cœur de la stratégie de communication et d'organisation du ministère du Commerce. Une politique sectorielle a été tracée en vue d'assurer le développement de l'usage des TIC à tous les niveaux. Elle vise l'amélioration de la gestion des activités et de meilleurs services en direction des consommateurs, notamment à travers les associations, et des opérateurs et investisseurs.

La modernisation du secteur a été amorcée en 2010 par le lancement d'une étude du système existant qui a permis de déceler de près les insuffisances tant sur le plan technique que sur le plan organisationnel. Cette étude

a été suivie par la définition d'une feuille de route et d'un plan de réalisation à court et moyen terme. Les premiers résultats se rapportent aux réalisations partielles ci après :

- △ La réalisation d'une infrastructure réseau reliant l'administration centrale aux directions de commerce des wilayas et aux directions régionales ;
- △ La mise en ligne de 57 sites web relevant des services extérieurs place des Systèmes d'information et des outils de communication ;
- △ Le lancement d'un programme de modernisation de l'outil de contrôle à travers le développement progressif des systèmes d'informations liées aux pratiques commerciales et contrôle de la qualité ;
- △ Le développement des applications informatiques liées à la gestion des requêtes et doléances émanant des citoyens et opérateurs économiques et à la prise en charge des alertes, en temps réel, sur les dangers ou risques pouvant affecter la santé du consommateur ;
- △ Le développement progressif des outils et de collaboration et de communication mis à la disposition du personnel du secteur du commerce.

MISE EN PLACE DU RESEAU INTRANET

A l'effet de mettre en réseau l'ensemble des services extérieurs, il a été procédé dans une première étape, qui est amenée à être poursuivie à court et moyen terme, à l'installation de 50 réseaux au niveau des directions de commerce de wilaya et directions régionales du commerce. Ce réseau a permis aux structures relevant du secteur de collaborer et de partager l'information tant en interne qu'avec les structures de l'administration du commerce ainsi que d'interagir via l'outil internet avec leurs usagers (opérateurs, consommateurs locaux...).

Dans le cadre de la promotion de la communication à destination des opérateurs en particulier et citoyens en général, le ministère a mis en place une stratégie de communication tant au niveau central qu'au niveau des services extérieurs. A ce titre 57 sites web ont été mis en place durant l'année 2013 (48 directions de commerce de wilaya, 09 directions régionales de commerce)

Un intérêt particulier est accordé à la diffusion et à la généralisation de l'information produite par le secteur. A ce titre des mises à jour régulières sont opérées, qui concernent divers aspects dont les volets se rapportant à la réglementation, aux procédures de gestion, aux statistiques sur l'activité du commerce et bilans de contrôle, aux guides destinés aux consommateurs, commerçants, importateurs, exportateurs et producteurs. Dans le cadre de la stratégie de communication adoptée par le secteur, un programme ambitieux a été tracé. Il consiste à doter chaque direction de commerce d'un espace web à l'effet de communiquer l'information économique locale spécifique à chaque région et d'interagir avec les opérateurs et investisseurs locaux, afin de promouvoir l'activité commerciale au niveau national.

Aussi, toutes les directions de commerce de wilaya et les directions régionales disposent d'un site web. Ces sites sont gérés et encadrés par plus de 116 cadres dont 76 informaticiens et 40 chefs de bureaux. Les informations disponibles touchent toutes les catégories des usagers à travers des rubriques diversifiées :

- △ L'observation du marché (relevé des prix des produits de large consommation) ;
- △ Les statistiques relatives aux infrastructures commerciales (marchés de gros des fruits et légumes, marchés couverts, marchés de proximité, marchés de bestiaux, marchés de véhicules, poissonneries, supérettes, hypermarchés et grandes surfaces) ;
- △ Les guides sur l'activité des commerçants, importateurs, exportateurs et les textes réglementaires et procédures liées à l'activité du commerce.

Tous les sites web des directions de wilaya disposent des rubriques dédiées au consommateur qui gravitent autour de conseils et de brochures de vulgarisation portant sur des aspects touchant la santé et la sécurité du consommateur. Dans ce contexte et à titre illustratif, un site web « petit consommateur », destiné particulièrement aux enfants et écoliers, considérés comme de futurs consommateurs (voir illustration), a été réalisé par la direction de commerce de Msila.

EXPOSER LE PRODUIT ALGÉRIEN
DESTINÉ À L'EXPORTATION C'EST ADOPTER
UNE STRATÉGIE PUBLICITAIRE BASÉE
SUR L'IMAGE, L'INFORMATION ET
L'INCITATION À L'ACHAT.

SYSTÈMES D'INFORMATION ET SERVICES EN LIGNE : DES POLES D'INTERET ET DE DÉVELOPPEMENT

Le secteur du commerce a engagé la mise en place d'un système d'information et de communication portant notamment sur :

- △ le contrôle des pratiques commerciales, de la qualité et le contrôle aux frontières ;
- △ la gestion des requêtes émanant par courrier et par internet ;
- △ la gestion en temps réel des notifications d'alertes recueillies par diverses sources (services extérieurs, opérateurs, associations) en ce qui concerne toute information ayant un lien avec un risque éventuel touchant la sécurité et la santé du consommateur ;
- △ la consultation des statistiques sur le commerce extérieur (importation, exportation) à travers l'accès au système d'information des douanes algériennes.

Les objectifs, assignés à la mise en place d'un système d'information pour le contrôle sont présentés ci-après :

- △ La réduction du risque alimentaire en vue de promouvoir l'hygiène, la qualité, l'innocuité et la salubrité des produits et des services ;
- △ La maîtrise de la sécurité des produits pour préserver la sécurité physique et la santé des consommateurs ;
- △ Le renforcement de l'information du consommateur en vue de redonner confiance dans l'acte d'achat ;
- △ La réduction du commerce informel ;
- △ L'assainissement du commerce extérieur pour établir la traçabilité des produits et faciliter les opérations de suivi des approvisionnements du marché ;
- △ Le respect du principe du libre jeu de la concurrence pour garantir les conditions d'un fonctionnement équilibré et transparent des marchés.

Dans ce contexte, deux systèmes se rapportant au contrôle des pratiques commerciales et contrôle de la qualité ainsi qu'au contrôle aux frontières, ont été conçus dans un projet plus global, qui a pour objectif l'informatisation de toutes des activités de contrôle du secteur du commerce.

SYSTÈMES D'INFORMATION PROJÉTÉS

En matière de régulation de l'activité commerciale

- △ Gestion du réseau d'alerte des produits ayant un danger sur la santé du consommateur)
- △ Gestion des bureaux des liaisons
- △ Suivi de l'observation des prix de large consommation
- △ Guide du consommateur
- △ Suivi de la disponibilité des produits de première nécessité
- △ Système d'information géographique du tissu économique (SIG)
- △ Suivi des autorisations préalables à la fabrication et à l'importation des produits toxiques ou présentant un risque particulier;
- △ Suivi des réalisations des marchés au niveau national

En matière de contrôle des pratiques commerciales et contrôle de la qualité

- △ Système d'information sur le contrôle des pratiques commerciales

- △ Systèmes d'information sur les laboratoires

En matière d'encadrement du commerce extérieur

- △ Accès à la base de données des douanes algériennes (statistiques d'importation et d'exportation)
- △ Système d'information sur les tarifs accordés au titre des accords internationaux et les règles d'origine par produit
- △ Fiches monographiques par pays
- △ Système d'information sur les franchises des droits de douanes
- △ En matière de gestion du budget et des ressources humaines
- △ Suivi du budget au niveau des services extérieurs
- △ Gestion électronique des documents
- △ Gestion de l'inventaire
- △ Gestion des ressources humaines
- △ Gestion électronique des dossiers du personnel

Ce projet prévoit :

- △ L'interconnexion de l'administration centrale, des directions de commerce de wilaya, des directions régionales ;
- △ La gestion opérationnelle de l'activité des inspecteurs du ministère du commerce ;
- △ Le suivi et l'évaluation de l'activité de contrôle aux frontières au niveau des DCW et des DRC.

A l'effet de répondre aux doléances et préoccupation des citoyens et des opérateurs économiques, un système informatisé des requêtes a été mis en place à l'effet de mieux traiter les problèmes et difficultés rencontrés dans leur quotidiens d'une part, et d'évaluer les services du ministère sur la prise en charge de ces requêtes, d'autre part.

Ce système traite des requêtes émanant de différents requérants (citoyens, opérateurs, associations de protection du consommateur, institution, personnel, ...) depuis deux sources principales :

INTERNET : à partir d'une interface web publique ;
COURRIER : saisie des requêtes reçues par courrier par les chargés de traitement au niveau de chaque structure du ministère du Commerce.

Le système permet de constituer une banque de données des informations relatives à la requête ainsi que des réponses et actions engagées en la matière. Pour évaluer l'exécution des traitements des requêtes et le rendement des structures concernées, il est fourni des états statistiques sous différentes formes : tableaux, indicateurs, graphes etc.

Dans le cadre de la protection du consommateur et en réponse au décret 12-203 du 06/05/2012, relatif aux règles applicables en matière de sécurité des produits, le ministère du Commerce est chargé de mettre en place le projet SARA, Système d'Alerte Rapide Algérien, afin de prendre dans les meilleurs délais les mesures et les décisions qui s'imposent.

COMMERCE EXTÉRIEUR : LE SYSTÈME D'INFORMATION ET DE GESTION AUTOMATISÉ EN DOUANE

Le ministère du Commerce a signé une convention avec le CNIS à l'effet d'échanger l'information se rapportant au commerce extérieur. À ce titre, une connexion internet via une ligne spécialisée sera mise en place au niveau de l'administration centrale, pour viser à :

- △ Evolution globale des importations, exportations et de la balance commerciale;
- △ Evolution des importations par groupes de produits;
- △ Principaux produits à l'importation et à l'exportation;
- △ Répartition des importations par mode de financement;
- △ Exportations et importations par pays et par produit;
- △ Balance commerciale globale par pays, par groupe d'utilisation, par zones géographiques, par pays /groupe d'utilisation.

En vue de la modernisation du secteur, au titre du plan quinquennal 2014 - 2019, le ministère du Commerce a tracé un plan d'actions ambitieux autour des deux axes ci après :

- △ La poursuite des travaux relatifs à la mise en place d'une infrastructure technique permettant de mettre en réseaux l'administration du commerce à ses services extérieurs et ses organismes et établissements sous tutelle ;
- △ La mise en place des systèmes d'informations et de communication relative à l'activité du secteur.

Les objectifs spécifiques recherchés à travers ce plan d'actions se résument par :

- △ La promotion des moyens de communication pour interagir avec le citoyen et avec les opérateurs économiques ou les associations de protection du consommateur ;
- △ La promotion de la création de banques de données à travers les systèmes d'information décisionnelle permettant l'élaboration des indicateurs et des statistiques ;
- △ La modernisation du service rendu à destination des opérateurs économiques et consommateurs à travers la fourniture des services en ligne à valeur ajoutée, que ce soit via les sites web du secteur ou via de nouvelles technologies (3G , 4G...) recourant à l'usage des outils de communication mobile (tablette , Smartphone etc.)

Dans ce contexte, il y a lieu de signaler que cette modernisation du secteur du commerce ne peut être envisagée sans la mise en place d'une stratégie axée autour de la fourniture des services à valeur ajoutée à destination de son personnel, du citoyen, des opérateurs économiques et des consommateurs. Cette modernisation ne peut être atteinte sans :

- △ la mise en place des outils de collecte d'informations et des moyens de communication et d'échange intra, extra et intersectoriel ;
- △ l'amélioration de la connectivité et l'accessibilité à internet pour l'ensemble des structures du secteur, afin de leur permettre d'interagir en temps réel pour alimenter les systèmes d'information;
- △ la réorganisation des structures chargées de l'informatique au niveau des directions de commerce de wilaya en services informatiques afin de prendre en charge les aspects liés à la maintenance des réseaux informatiques qui seront déployés, et des systèmes d'information qui seront mis en place;
- △ la valorisation de la ressource humaine par des formations ciblées afin d'améliorer ses connaissances et son savoir-faire tant pour le personnel technique amené à gérer les infrastructures informatiques que pour le personnel amené à exploiter les systèmes d'information et à élaborer un contenu adapté aux besoins spécifiques et particuliers du secteur.