

**L'industrie de médicament en Algérie  
comme voie de diversification de la production nationale:  
Expérience du laboratoire El Kendi pharmaceutique**

**Dr./ BENGUETTAF Ahmed\*, Dr./ ZENKRI Miloud\*\*  
& M<sup>r</sup> BRAHAM CHAOUCH Toufik\*\*\***

**ملخص:**

يهدف البحث إلى دراسة تجربة شركة "مخابر الكندي" في إنتاج وتسويق المواد الصيدلانية لا سيما الأدوية الجنيسة. سنتعرف في البداية على دور مختلف الجهات الفاعلة في سوق الأدوية في مختلف الأطوار: الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، ثم نقوم بتقديم تجربة شركة مخابر الكندي للأدوية التي أصبحت تحتل المرتبة الثالثة في سوق الأدوية الجزائري، وأهما نقاط القوة والضعف التي تميزها وكذا التهديدات التي قد تمسها.

**الكلمات المفتاحية:** الأدوية الجنيسة، المنتج الدوائي، الأدوية الجنيسة، الصحة العمومية، مخابر الكندي للأدوية.

**Abstract:**

La présente recherche va essayer de présenter un vif aperçu du marché de médicaments en générale et en Algérie en se penchant sur l'expérience du fabricant multinational de médicament El Kendi pharmaceutique.

**Mots clés:** Médicament, Produit pharmaceutiques, Générique, Santé publique, El Kendi pharmaceutique.

- \* **Maitre de conférences (B)** - Université Bordj Bou Arréridj  
\*\* **Maitre de conférences (A)** - Université Bordj Bou Arréridj  
\*\*\* **Maître Assistant (A)** - Université Bordj Bou Arréridj

## **Plan:**

### **Introduction**

#### **1) Le marché des médicaments**

- 1.1) Définitions et types de médicaments
- 1.2) Les intervenants dans le marché des médicaments
- 1.3) Les nouveaux défis du marché du médicament

#### **2) Expérience du laboratoire El Kendi pharmaceutique**

- 2.1) Présentation d' El Kendi
- 2.2) L'entreprise El Kendi dans le marché algérien

### **Conclusion**

### **Introduction:**

La situation du marché des médicaments en Algérie présente une opportunité pour développer l'activité localement et encourager la création et l'installation d'unité de production pharmaceutique en Algérie, surtout dans le domaine des génériques qui coûtent moins cher puisque ils ne nécessitent pas, pour les mettre au point, des recherches, des études et des essais cliniques extrêmement onéreux car après 10 à 15 ans d'exploitation du princeps par un laboratoire, le brevet devient public.

Après moins de 10 ans d'activité des trois premiers fabricants de médicaments par la voie de production et de commercialisation des médicaments génériques, On pose la question: **Comment identifier l'expérience du laboratoire multinational El Kendi dans l'industrie pharmaceutique en Algérie?**

## **1) Le marché des médicaments:**

L'état du marché pharmaceutique par volume avec ses 40 millions de consommateurs et par son chiffre d'affaire qui représente trois milliards de dollars<sup>1</sup> présente une opportunité pour développer cette activité localement et encourager la création et l'installation d'unité de production pharmaceutique en Algérie, surtout dans le domaine des génériques, surtout que seulement le tiers de cette demande est assuré par la production locale, et le reste est importé de l'étranger, où on a enregistré selon l'ONS un volume d'importation en matières de médicaments de plus de 153 milliards de dinars en 2013 dont plus de 93% sont des médicaments qui contiennent des antibiotique<sup>2</sup>, ce qui présente une atteinte et une menace à l'autonomie du pays en matière de médicaments et en sécurité en santé publique sur le court et le long terme.

### **1.1) Définitions et types de médicaments:**

Selon la législation algérienne, les produits pharmaceutiques comprennent les médicaments, les réactifs biologiques, les produits chimiques officinaux, les produits galéniques, les objets de pansement et tous autres produits nécessaires à la médecine humaine et vétérinaire, et on entend par médicament, toute substance ou composition présentée comme possédant des propriétés curatives ou préventives à l'égard des maladies humaines ou animales, tous produits pouvant être administrés à l'homme ou à l'animal en vue d'établir un diagnostic médical ou de restaurer, corriger, modifier leurs fonctions organiques, et sont également assimilés à des médicaments les produits d'hygiène et produits cosmétiques contenant des substances vénéneuses à des doses et concentrations supérieures à celles fixées par arrêté du ministre chargé de la santé<sup>3</sup>.

On peut se baser sur plusieurs critères pour classifier les médicaments, d'où on distingue essentiellement:

- Les médicaments selon le type de prescription médicale:

Les médicaments de prescription médicale obligatoire sont inscrits sur une liste spécifique. Le pharmacien ne peut les délivrer que sur présentation d'une ordonnance, soit que ce sont des substances dangereuses présentant un risque ou un danger direct ou indirect pour la santé (exemple: psychotropes, stupéfiants...), ou qu'ils contiennent des substances dont l'activité ou les effets indésirables nécessitent une surveillance médicale. Les médicaments de prescription médicale facultative, ou médicament en vente libre, appelé aussi médicament de comptoir ou médicament OTC (*Over The Counter*, littéralement « par-dessus le comptoir »)\*, est un médicament pouvant être vendu sans nécessité de prescription ou d'ordonnance et délivré par un professionnel de la santé. Ils peuvent être conseillés par le pharmacien ou demandés par le patient<sup>4</sup>.

- Les génériques et le princeps:

Le princeps ou Produits éthiques dont les molécules sont protégées par un brevet, dont la durée est de 15-20 ans, durant cette période, aucune autre entreprise ne peut les copier, leur prix est élevé, tandis que le médicament générique est une notion très encadrée: c'est une copie mais pas nécessairement une copie strictement identique d'un médicament original dont la formulation est tombée dans le domaine public<sup>5</sup>.

---

\* Cet acronyme vient des États-Unis où l'on trouve, effectivement, ces médicaments devant le comptoir des officines et donc sans «l'obstacle» que peut être le pharmacien. Ici, OTC signifie: Over The Counter, ce sont uniquement les médicaments d'automédication situés devant le comptoir du pharmacien.

Le médicament générique doit avoir la même composition qualitative et quantitative en principe(s) actif(s), la même forme pharmaceutique (à noter, les comprimés et les gélules à action immédiate sont considérés comme une même forme pharmaceutique) que la spécialité de référence (encore appelée médicament original ou princeps) et démontrer sa bioéquivalence avec cette dernière, c'est-à-dire démontrer qu'il se comporte de la même manière dans l'organisme<sup>6</sup>, il est bien meilleur marché car après 10 à 15 ans d'exploitation du princeps par un laboratoire, le brevet devient public. Donc les autres laboratoires peuvent donc à leur tour le produire sous forme de médicament générique et ainsi faire jouer la concurrence afin de baisser les prix. Cela fait faire des économies aux patients et aux organismes de santé publique<sup>7</sup>.

Ce qui faut signaler c'est le marché des princeps est caractérisé par une grande concurrence pendant la longue phase de recherche et de développement, puis par une situation de monopole une fois le produit est sur le marché, tandis que le marché des génériques est un marché purement concurrentiel qui basé non sur l'innovation mais sur la capacité à gérer ses couts et produire à un cout faible.

### **1.2) Les intervenants dans le marché des médicaments:**

Le marché des médicaments présente quelques caractéristiques liées à la nature du produit lui-même et par le nombre d'acteurs qui interviennent dans le processus de production et de distribution.

#### **- L'Etat et des autorités publiques:**

Les autorités publiques interviennent dans le marché des médicaments à travers plusieurs voies, en premier lieu lors de la délivrance de l'Autorisation de Mise sur le Marché (AMM) sur la base d'un dossier

fournit par le laboratoire, ce dossier-là doit regrouper tous les éléments collectés au cours des phases d'expérimentation en laboratoire jusqu'aux essais cliniques et sera évalué par des experts selon des critères scientifiques de qualité, de sécurité et d'efficacité. D'autre part l'état intervient dans la fixation du prix du médicament dans le cas où le laboratoire souhaiterait que son médicament soit remboursé, du moment que l'assureur public veut minimiser les dépenses de son programme d'assurance médicament.

En outre les autorités publiques peuvent intervenir dans la fixation des marges plafonds, qui peuvent être pratiquées par les intervenants dans la chaîne de distribution des médicaments (producteur, conditionneur, grossiste et détaillant), tel qu'il est le cas en Algérie\*<sup>8</sup>.

### **- Les boîtes pharmaceutiques:**

Les compagnies pharmaceutiques jouent un rôle essentiel dans le marché des médicaments du moment que la disponibilité de ces derniers est liée directement aux investissements en matière d'équipements et installations de production, et surtout aux dépenses de recherches et de développements qui garantissent des produits de plus en plus efficaces à un prix abordable et accessibles pour toute la population qui en a besoin<sup>9</sup>.

### **- Les distributeurs et grossistes répartiteurs:**

La distribution des produits pharmaceutiques présente quelques spécificités par la nature du produit lui-même, puisque la disponibilité du médicament doit être assurée dans les plus brefs délais tout en

---

\* Décret exécutif 98-44 du 04 Chaoual 1418h correspondant au 01 février 1998 relatif aux marges plafonds applicables à la production, au conditionnement et à la distribution des médicaments à usage de la médecine humaine.

maintenant ses qualités thérapeutiques, ce qui implique un réseau de distribution bien élaboré depuis le site de production jusqu'au comptoir du pharmacien, en plus les établissements pharmaceutiques, classés principalement en grossistes répartiteurs et dépositaires doivent disposer d'une large gamme de moyens d'exploitation adéquate à ce type de produits (moyens de communication, de réception et de stockage des produits, de gestion de stocks, de préparation de commandes, de livraisons...) <sup>10</sup>.

### **- Les médecins:**

Du moment que le médecin prescripteur est le décideur du choix du médicament, le mode de prescription reste important surtout dans le contexte de concurrence princeps/ générique, puisque pendant la période d'exclusivité commerciale le médecin va nécessairement prescrire des princeps, ce qui va lui permettre d'acquérir des valeurs d'expérience avec le produit, et l'utilisation d'un nouveau produit correspond à un effort que le médecin doit entreprendre, surtout si le nom générique est plus long, moins familier, et plus difficile à retenir que le nom de la marque du princeps. De même, il doit s'informer sur la posologie exacte du générique, sur les excipients et leurs interactions potentiels avec d'autres molécules qui pourrait compromettre l'équivalence entre princeps et générique, ce qui pousse les médecins adoptent toujours une prudence vis-à-vis des nouveaux médicaments <sup>11</sup>.

### **- Les patients:**

La demande de médicaments par les patients est induite indirectement par des effets d'habitude et par l'expérience positive avec un produit consommé dans le passé puisque le patient est habitué au nom, à la forme, à la couleur et à la posologie de son médicament de marque habituel, ainsi les patients peuvent développer une préférence pour des

médicaments connus et déjà utilisés dans d'autres occasions de prescription, qui se traduit par une plus grande fidélité à des médicaments que d'autres, et qui peut pousser à refuser la substitution d'un produit générique par le pharmacien, surtout que les patients bénéficient, souvent, d'une couverture d'assurance maladie prenant en charge les dépenses de médicaments<sup>12</sup>.

### **- Le pharmacien:**

En vertu de son droit de substitution, le pharmacien peut délivrer soit le princeps, soit une version générique quel que soit le type de prescription choisi par le médecin, princeps, DCI ou nom de générique, à condition que le médecin ne s'oppose pas formellement à la substitution par la mention « non substituable » et que le patient ne refuse pas cette substitution. Lorsque le médecin prescrit en DCI, la délivrance d'un générique est déclenchée automatiquement. Le choix de la marque précise reste à la discrétion du pharmacien et dépend notamment de la disponibilité des produits en stock. Le droit de substitution accordé au pharmacien a considérablement réduit le rôle du médecin prescripteur dans la demande des génériques<sup>13</sup>.

### **1.3) Les nouveaux défis du marché du médicament:**

Le marché des médicaments a connu durant ces dernières années de grands bouleversements qui présentent de réels défis pour les intervenants dans ce marché, dont on peut citer les points suivants<sup>14</sup>:

### **- Le renforcement de la législation:**

Les accords ADPIC (accords sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce), signés à l'OMC en 1994, ont



considérablement modifié le marché des médicaments. Ils ont, dans les pays les plus développés, renforcé et étendu le système de protection existant, tandis que pour les pays où il n'existait pas de législation, les ADPIC ont conduit à l'instauration d'un système de protection pour une large gamme de produits qui en étaient auparavant dépourvus. Ce système de brevets confère aux firmes une situation de monopole dans la mesure où chaque nouvelle molécule bénéficie d'un brevet d'une durée de vingt ans pouvant être prolongée par un certificat complémentaire de protection d'une durée maximale de cinq ans. Ce n'est qu'au terme de cette période de vingt-cinq ans que le médicament peut être décliné sous forme de génériques ; et là depuis le début des années 2000 on assiste à une perte progressive des rentes de monopole chez les firmes qui disposaient des premiers brevets arrivant à expiration.

#### **- Les nouvelles exigences de la demande:**

L'industrie pharmaceutique est principalement caractérisée par l'important potentiel de croissance, c'est un marché en expansion en raison d'une augmentation de l'accès aux soins, et l'utilisation de nouvelles approches thérapeutiques, ce qui s'est traduit par une augmentation de l'espérance de vie qui fait apparaître de nouveaux besoins médicaux pour une catégorie de population de plus en plus importante, qui a accès de plus en plus aux soins, bien que de nouvelles maladies plus complexes sont apparues.

#### **- Des patients mieux informés et plus actifs:**

Les utilisateurs de soins, et de médicaments en particulier, disposent d'une quantité d'informations de plus en plus importante et précise. Le principal vecteur de la vague d'information à laquelle ont été soumis les patients est Internet. Dans la plupart des cas, les sites sont tenus par

les firmes et les pouvoirs publics mais aussi par les associations de patients ou par les patients eux-mêmes, où on assiste à une double évolution, en termes quantitatifs (nombre de consultations de sites) et en termes qualitatifs (motivations des consultations), révèle une véritable maturation des comportements, ce qui permet aux patients de mieux comprendre la maladie et le système de santé, et contribue à modifier leur comportement face aux prescripteurs.

### **- Une régulation plus fine des systèmes de santé:**

Les difficultés de financement de la protection sociale dans les pays occidentaux conduisent les acteurs des systèmes de santé à mieux maîtriser les dépenses de santé. Or les médicaments représentent souvent le plus gros poste de dépenses d'assurance-maladie et leur poids ne cesse de s'accroître, Les mesures qui en découlent portent sur les procédures de négociation des prix, la fixation des taux de remboursement ainsi que le contrôle direct ou indirect, via le développement des médicaments génériques et des médicaments OTC, des volumes des ventes.

## **2) Expérience du laboratoire EL Kendi pharmaceutique:**

Le Laboratoire El Kendi Pharmaceutical Manufacturing Co. est une entreprise pharmaceutique Algérienne avec investissement direct étranger, de production de médicaments, elle a été fondé en l'an 2005 en Algérie suite à la décision stratégique prise par la société saoudienne TABUK, branche pharmaceutique du groupe Munir Sukhtian International (MSI)<sup>15</sup>.

### **2.1) Présentation d' El Kendi:**

El Kendi a consenti au plus grand investissement industriel privé en Algérie dans le domaine de la pharmacie, il s'agit de l'usine située au niveau de la zone industrielle de Sidi Abdellah (Zeralda) d'un montant global de 60 millions de dollars pour sa première phase, elle atteindra un investissement total de 150 millions de dollars avec les nouveaux projets en cours.

Le laboratoire El Kendi fabrique une large gamme de produits d'oncologie dont il a acquis les droits de production et de distribution auprès de laboratoires internationaux. Il est à noter qu'El Kendi disposera d'un des plus grands centres de recherche et de développement, tant au niveau local que régional, L'entreprise a récemment intégré le groupe pharmaceutique régional MS Pharma qui est une plateforme lui permettant un accès rapide aux marchés voisins comme le Maroc, la Tunisie et les pays Africains francophones.

#### **- Forces et potentialities:**

L'assurance qualité et les normes de qualité: El Kendi investit beaucoup dans la qualité des produits et s'engage à respecter les normes ISO. Elle est certifiée ISO 14001.

La réputation de l'entreprise: L'entreprise jouit d'une bonne réputation en Algérie, bénéficiant de la réputation du groupe à travers le monde, elle occupe la 3<sup>eme</sup> place sur le marché algérien.

Bien qu'ELKENDI a une gamme de produits très diversifiées et larges, appelé à s'élargir, ce qui lui permet d'être présent dans différents terrains pathologiques, l'entreprise se focalise sur le générique, où elle occupe le 1<sup>er</sup> rang dans la production de ce type de médicaments en Algérie.

Outils de production récents: L'entreprise a consenti un investissement dans les équipements et processus de fabrication les plus moderne sur le marché international, El Kendi est la première usine dont les plans ont reçu d'accord de la FDA\* .

### **- Faiblesses et Menaces:**

Etre à la pointe de la technologie bien que l'entreprise soit en évolution continue, il est en effet difficile d'innover et de trouver de nouveaux produits. Le secteur pharmaceutique est en constante évolution. Les entreprises en Algérie, sont nombreuses sur le marché et il n'est pas toujours facile pour une entreprise de se démarquer de la concurrence.

Le problème du développement du générique: Les génériques ont une image de produit peu cher donc de mauvaise qualité, chez le consommateur Algérien, ils croient que le médicament original a des vertus thérapeutiques que n'a pas le générique.

Environnement institutionnel: L'incertitude et les doutes procurés par les législations changeantes adoptés par les successives administrations à la tête du ministère de la santé publique, ministère du travail et de la sécurité sociale.

---

\* La Food and Drug Administration est l'administration américaine des denrées alimentaires et des médicaments. Cet organisme a, entre autres, le mandat d'autoriser la commercialisation des médicaments sur le territoire des États-Unis.

### **- Opportunités:**

Diverses mesures d'incitation à la délivrance des génériques ont été adoptées: Le droit de substitution a été accordé aux pharmaciens, fin du monopole des *princeps* et leurs chutent dans le domaine public.

Marché en constante progression grâce aux mesures prises: Estimé parmi les marchés les plus prometteurs et diversifiés d'Afrique du Nord, notamment après la promulgation de la loi interdisant l'importation des médicaments fabriqués localement.

Possibilité de lancement de nouvelles gammes sur les marchés: L'entreprise prévoit le lancement de nouvelles gammes sur le marché algérien selon son plan de développement et surtout à l'export (Afrique de l'ouest et moyen orient).

### **2.2) L'entreprise EL Kendi dans le marché algérien:**

L'activité de l'entreprise EL KENDI s'est développée d'une façon continue, et cela s'est manifesté par le nombre croissant de ses produits sur le marché des médicaments (plus de 100 produits) couvrant les différentes classes thérapeutiques, et par taux de croissance continu de son chiffre d'affaire, où elle est passée de la position 145<sup>eme</sup> en 2015 au TOP 5 des sociétés pharmaceutiques en 2013 selon les données IMS.

### **- Chiffre d'affaires par région:**

Le chiffre d'affaire en 2015 a dépassé la valeur de 133.86 millions de dollars, soit un taux de croissance de 12.01% par rapport à l'année précédente, ce taux est revu à la hausse en calculant sur la base de la monnaie locale, du moment que le chiffre d'affaire a dépassé 11.63

milliards de dinars, soit un taux de croissance de **22.18%**, ce qui lui a permis d'occuper la 3eme position dans le marché et le 1<sup>er</sup> laboratoire spécialisé dans la production des médicaments génériques.

On remarque une dispersion très nette concernant la distribution géographique de clients de l'entreprise, ou la région centre (sud inclus) accapare la plus grande proportion, soit **54.10%** des ventes, puis vient la région est en deuxième position avec une part de **29.39%** des ventes, et la région ouest qui représente **16.51%** des ventes. Et le tableau ci-dessous montre le chiffre d'affaires enregistré dans chaque région ainsi que la part des ventes enregistrés durant l'année **2015**.

**Tableau 01 - Répartition du chiffre d'affaire par région en 2015**

	Chiffre d'affaires en millions de dollars	Proportion en %
Région Centre (Sud inclus)	72,41	54,10
Région Est	39,33	29,39
Région Ouest	22,10	16,51
Total	133,84	100 ,00

Source: Documents Internes de l'entreprise, 2016.

#### **- Chiffre d'affaire par forme thérapeutique:**

En faisant une lecture du chiffre d'affaires enregistré durant **2015**, on remarque que l'entreprise se base sur les médicaments qui appartiennent à la classe des maladies (cardiologie et Neuropsychiatrie) qui représentent la plus grande partie du chiffre d'affaire réalisé en **2015** avec plus de **62%** du chiffre d'affaire, avec une part respective de **39.5** et **23.2%**, contre **60.83%** en **2014**, puis vient de loin les OTC avec **16%** qui a connu une petite régression que ça soit dans le chiffre

d'affaires ou dans la part de cette forme thérapeutique dans l'ensemble des ventes en 2015, il faut noter aussi que le médicaments qui appartiennent à la forme urologie ont connu leur chiffre d'affaire augmenter de plus de 79%, qui est passé de 6.0 millions de dollars à 10.76 millions, faisant ainsi gagner à cette famille de médicaments 2.5 points sur la période, tandis que les formes thérapeutiques on voit que leurs parts sont restées stables, avec une part de 4.1% seulement aux médicaments qui appartiennent à la classe de Pneumo allergologie.

**Tableau 02 - Chiffre d'affaires par forme thérapeutique**  
 (millions de dollars)

Gamme	2015		2014	
Cardiologie	52.76	39,5%	39,8	36,52%
Neuropsychiatrie	31.07	23,2%	26,5	24,31%
Urologie	10.76	8,1%	6,0	5,50%
OTC	21.39	16,0%	22,1	20,28%
Pneumo allergologie	5.46	4,1%	4,2	3,87%
Rhumatologie	12.23	9,1%	10,4	9,52%
<b>Total CA 2015</b>	<b>133.69</b>	<b>100,0%</b>	<b>108,91</b>	<b>100,00%</b>

Source: Documents Internes de l'entreprise, 2016.

### **Conclusion:**

Nous avons essayé à travers ce travail de faire une lecture et analyse des ventes de l'entreprise pharmaceutique El Kendi, où on a donné un aperçu du marché des médicaments et les différents défis et challenges qui le caractérisent, on a aussi fait une présentation de la dite entreprise et fait une lecture de ses ventes, et on est arrivé aux résultats suivants:

- Le marché du médicament connaît des défis énormes liés à la nature du produit qui demande un savoir faire spécifique, de nature scientifique et technologique, en outre on assiste à une mutation en termes d'offre et de demande et en terme de législation qui régit cette activité, ce qui rend cette dernière très concurrentielle;

- Le marché des médicaments présente quelques caractéristiques liées à la nature du produit lui-même et par le nombre d'acteurs qui interviennent dans le processus de production et de distribution, ce qui nécessite des politiques de commercialisation et de marketing adaptées;

- L'entreprise El Kendi est une entreprise pharmaceutique qui appartient à un groupe pharmaceutique multinational, et qui est en activité depuis quelques années en Algérie, elle présente plusieurs points forts et plusieurs faiblesses, toute fois elle a pu occuper durant cette période une position remarquable dans le marché algérien de médicament;

- L'entreprise présente sur le marché du médicament algérien un portefeuille considérable de produits pharmaceutiques dépassant 105 produits, seulement la plus grande partie de ces ventes est réalisée dans la gamme de spécialité, à savoir les médicaments de cardiologie et de neuropsychiatrie qui représentent plus de 62% des ventes en 2015.

Le marché de médicament en Algérie reste très attractif par son volume de consommateur et par son potentiel en termes de déficit de l'offre local qui ouvre la porte à l'installation et la création de nouvelles boites de fabricants pharmaceutiques.



## **Références & Bibliographie:**

---

- 1 AMOKRANE Imène, «Lotfi BENBAHMED au forum de liberté: Le marché du médicament algérien pèse 3 milliards de dollars», 15/03/2015,  
<http://www.liberte-algerie.com/actualite/le-marche-du-medicament-algerien-pese-3-milliards-de-dollars-video-221985>
- 2 Office National des Statistiques, «Evolution des échanges extérieurs de marchandises de 2003 à 2013», Collections Statistiques, Série E (statistiques Economiques), n° 188, 2014, p. 54.
- 3 La loi 05-85 du 16 février 1985, modifiée et complétée par la loi 88-15 du 03 mai 1988 relative à la protection et à la promotion de la santé, Journal officiel du 04 mai 1988, n° 18, pp. 542-543.
- 4 Ordre national des pharmaciens (France), «Le-pharmacien», l'article L5132-6 du code de la santé publique, modifié par l'ordonnance n°2011-1922 du 22 décembre 2011,  
<http://www.ordre.pharmacien.fr/Le-pharmacien/Champs-d-activites/Le-medicament#>
- 5 Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement, Direction Générale de l'Intelligence Economique, des Etudes et de la Prospective, «L'industrie pharmaceutique: Etat des lieux, enjeux et tendances lourdes ...dans le monde et en Algérie», Rapport sectoriel, n° 01, 2011, p. 8.
- 6 Agence nationale de sécurité du médicament et des produits de santé, «Questions/Réponses», Décembre 2012, p. 2.  
[https://www.mgen.fr/fileadmin/documents/5\\_Le\\_groupe\\_MGEN/Actualites/ANSM\\_QR\\_Generiques\\_Dec2012.pdf](https://www.mgen.fr/fileadmin/documents/5_Le_groupe_MGEN/Actualites/ANSM_QR_Generiques_Dec2012.pdf)
- 7 Article, «Difference entre médicament générique et princeps», In "La Rédaction Médisite", le Mardi 17 Février 2015,  
<http://www.medisite.fr/medicaments-et-risques-sante-difference-entre-medicament-generique-et-princeps.800426.70.html#AE95vwubzLAoqob2.99>  
<http://www.medisite.fr/medicaments-et-risques-sante-difference-entre-medicament-generique-et-princeps.800426.70.html>

8 HAFED Hamou, «Fixation des prix des médicaments en Algérie», Ministère de la Santé de la Population et de la Reforme Hospitalière, Alger, 2011,  
[http://www.santemaghreb.com/algerie/comptes\\_rendus/jnp\\_200411/jour1\\_12\\_hafedh.pdf](http://www.santemaghreb.com/algerie/comptes_rendus/jnp_200411/jour1_12_hafedh.pdf)

9 BONNEVILLE Luc & NAHON-SERFATY Isaac, «Consommation de médicaments au Canada: Le rôle des stratégies de communication de l'industrie pharmaceutique», In "Communiquer", revue de communication sociale et publique (anciennement revue internationale de communication sociale et publique), Université du Québec, n° 02, 2009, pp. 55-76.

10 SNOUCI Zoulikha, «L'accès aux médicaments en Algérie: Un ambiguïté entre le brevet des multinationales et le marché des génériques», Thèse en vue de l'obtention du diplôme de Doctorat en sciences économiques, Faculté des sciences économiques, commerciales et de gestion, Université de Chlef, 2014, p. 30.

11 Ibid, p. 32.

12 Ibid, p. 36.

13 Idem.

14 Voir:

- ABECASSIS Philippe & COUTINET Nathalie, «Caractéristiques du marché des médicaments et stratégies des firmes pharmaceutiques», In Horizons stratégiques, La Documentation française n° 07, 1/2008 pp. 111-139.

- LAMBELET J.-C. «Industrie pharmaceutiques», Cours d'Economie Nationale, Ecole des hautes études économiques (HEC) de l'Université de Lausanne,

<http://www.hec.unil.ch/jlambelet/groupe9.pdf>

- ABECASSIS Philippe & COUTINET Nathalie, op. cit.

15 Documents Internes de l'entreprise, 2016 et 2017.