

**La problématique de la distribution des médicaments en  
Algérie Cas: Groupe SAIDAL**

**Distribution of Medicines in Algeria – Problematic case of  
SAIDAL**

إشكالية توزيع الأدوية في الجزائر حالة: صيدال

Abdelaziz BELAIDI <sup>(1)\*</sup> Amina CHIBANI <sup>(2)</sup>.

عبد العزيز بلعيد <sup>(1)\*</sup> أمينة شيباني <sup>(2)</sup>.

<sup>(1)</sup> ESC Alger - ALGERIE, belaidiaziz@yahoo.fr

<sup>(2)</sup> ESC Alger – ALGERIE, 2camina.esc@gmail.com.

**Date de réception:** 11/03/2019      **Date d'admission:** 26/05/2019

**Résumé:**

La mission de SAIDAL, en sa qualité d'acteur actif dans le domaine des médicaments en Algérie, est l'amélioration de la qualité des soins sur tout le territoire national par la mise à disposition des patients, d'une gamme riche et diversifiée de produit de qualité, et de protéger le droit des citoyens d'accéder aux traitements. Dans notre étude, nous avons analysé la distribution du groupe SAIDAL, ses intermédiaires et ce qu'elle génère comme chiffres d'affaires. Nous avons remarqué que SAIDAL s'appuie, pour la distribution de ses produits, sur un vaste réseau de grossistes répartiteurs, qui constituent 80% de son chiffre d'affaires. Cet état de fait place cette grande entreprise en situation de dépendance. Nous avons abouti, également, au constat que les facteurs à l'origine des problèmes récurrents de rupture en médicaments ne sont pas liés uniquement à la distribution, mais ils le sont aussi à d'autres facteurs tels que le volume de production, et le défaut d'approvisionnement.

\* Auteur correspondant: Abdelaziz BELAIDI , e-mail: belaidiaziz@yahoo.fr

\* المؤلف المرسل: عبد العزيز بلعيد، البريد الإلكتروني: belaidiaziz@yahoo.fr

**Mots clés** : Pénurie – Médicaments – Pharmaceutique – Distribution – SAIDAL.

**Summary:**

The mission of SAIDAL, as an active player in the field of medicines in Algeria, is to improve the quality of care throughout the country by providing patients with a rich and diversified range of products. quality product, and protect the right of citizens to access treatment. In our study, we analyzed the distribution of the SAIDAL group, its intermediaries and what it generates as turnover. We have noticed that SAIDAL relies on a large network of wholesale distributors, which account for 80% of its sales, for the distribution of its products. This situation places this large company in a situation of dependency. We also came to the conclusion that the factors causing the recurrent problems of drug disruption are not related solely to distribution, but also to other factors such as the volume of production, and the lack of supply.

**Key words:** Shortage - Drugs - Pharmaceutical - Distribution - SAIDAL.

**ملخص:**

إن مهمة صيدال، باعتبارها لاعبا نشطا في مجال الأدوية في الجزائر، هي تحسين الرعاية في جميع أنحاء البلاد من خلال تزويد المرضى بمجموعة متنوعة من المنتجات الصيدلانية ذات جودة عالية، وحماية حق المواطنين في الحصول على العلاج. في دراستنا، قمنا بتحليل وظيفة التوزيع لمجمع SAIDAL ووسطاءه. لقد لاحظنا أن شركة صيدال تعتمد على شبكة واسعة من الموزعين بالجملة، والتي تمثل 80٪ من مبيعاتها، لتوزيع منتجاتها. يضع هذا الموقف هذه الشركة الكبيرة في حالة التبعية. كما توصلنا إلى استنتاج مفاده أن العوامل المسببة للمشاكل المتكررة لتوقف أو ندرة الأدوية لا تتعلق فقط بالتوزيع، ولكن أيضًا بالعوامل الأخرى مثل ضعف قدرات الإنتاج ونقص العرض.

**الكلمات المفتاحية:** ندرة - أدوية - توزيع - صيدال.

## INTRODUCTION

Le marché pharmaceutique algérien est resté longtemps, le plus important et le plus solvable de la région Maghrébine. En effet, les dépenses de santé croient régulièrement en Algérie en raison de la combinaison de plusieurs facteurs, notamment : l'accroissement de la population et l'évolution de la pyramide des âges ; l'évolution de l'espérance de vie, et la baisse du taux de mortalité; l'aspiration au bien-être et l'apparition des maladies des temps modernes. Tous ces facteurs, conjugués à l'importante couverture sociale et à un système de protection sociale généreux.

De plus, c'est un marché porteur. Ce marché est caractérisé par une forte demande et une insuffisance de la production nationale, c'est ce qui a conduit les autorités compétentes à ouvrir le marché aux grands laboratoires pharmaceutiques mondiaux pour s'y installer et recourir en parallèle aux importations qui connaissent, depuis plus d'une décennie, une croissance exponentielles.

Nous tenterons, à travers cette modeste contribution, de répondre à la problématique suivante : **Pourquoi la distribution des médicaments en Algérie connaît-elle fréquemment des perturbations ?**

Pour se faire, nous formulons ainsi les hypothèses suivantes :

**Hypothèse n°1** : La pénurie sur certains médicaments est de la responsabilité de SAIDAL.

**Hypothèse n°2** : La pénurie touche seulement certaines classes thérapeutiques les plus demandées.

**Hypothèse n°3** : Les fréquentes pénuries en médicaments que connaît le secteur sont dues à des problèmes de désorganisation, notamment le volet distribution.

Nous avons choisi d'aborder dans un premier temps une partie théorique afin de mieux manipuler les concepts et idées de base de la distribution. Nous nous pencherons par la suite sur ce qui caractérise

le marché mondial de produits pharmaceutiques. Ceci sera suivi dans une troisième partie par une enquête terrain formalisée par une étude qualitative auprès des responsables du groupe SAIDAL chargés de la vente et commercialisation des produits, à qui un guide d'entretien semi-directif a été destiné. Un échantillon de 35 grossistes répartiteurs activant dans 3 wilayas de l'Est algérien (Constantine, Sétif et Annaba) fera l'objet d'une étude par sondage en vue de trouver des éléments de réponse à notre problématique et confirmer ou infirmer, par voie de conséquence, nos hypothèses de recherche.

## 1. Concepts fondamentaux sur la distribution

### 1.1. Définitions de la distribution :

KOTLER et DUBOIS définissent la distribution comme : « *l'ensemble des activités qui s'exercent depuis le moment où le produit sous sa forme d'utilisation entre dans le magasin commercial du producteur ou du dernier transformateur jusqu'au moment où le consommateur en prend possession.* »<sup>(1)</sup>. En d'autres termes la distribution est un processus qui prend fin à l'acte d'achat. Pour LINDON et LENDREVIE : « *la distribution consiste à amener les produits au bon endroit, en quantité suffisante avec le choix requis, au bon moment et avec les services nécessaires à leur consommation et le cas échéant à leur entretien* »<sup>(2)</sup>. YVES CHIROUZE définit quant à lui la distribution comme « *L'ensemble des activités logistiques, financières, administratives et commerciales réalisées à partir du moment où les produits sont finis et attendent d'être écoulés jusqu'à ce qu'ils sont en possession du consommateur final.* »<sup>(3)</sup>

Par ailleurs, selon Brudey et al. (2000), la distribution apporte quatre types de services aux consommateurs :

---

(1) Kotler P. et Dubois B., « Marketing Management », édition PUBLI UNION, Paris, 2001, p524.

(2) J. Lendrevie et D. Lindon, « MERCATOR : Théorie et pratique du marketing », 6ème édition, DALLOZ, Paris, 2000, p788.

(3) Y. Chirouze, « Le marketing études et stratégies », 2ème édition, 2007, p628.

- Minimiser la quantité : fractionner des lots importants en petits lots accessibles ;
- Minimiser le délai de mise à disposition : disposer du produit au moment souhaité ;
- Minimiser l'éloignement : mettre à disposition le produit au plus près ;
- Présenter un assortiment : regrouper les produits en un même lieu pour faciliter les achats.

La distribution assure, également, des fonctions principales pour veiller à la satisfaction des relations entre le producteur et le consommateur. Parmi ses fonctions, nous distinguons la fonction logistique et la fonction commerciale.

▪ **La fonction logistique** : La logistique commerciale regroupe l'ensemble des activités effectuées par une entreprise qui permettent de gérer de façon rentable le mouvement de produits depuis leur stade d'élaboration jusqu'à leur stade d'utilisation. C'est à dire que la distribution a pour objet de combler les espaces de distance et de décalage dans le temps qui séparent les acteurs économiques.

▪ **La fonction commerciale** : elle recouvre le transport (acheminement des produits sur les lieux de consommation), le groupement (le regroupement de produits ayant une même destination), et le fractionnement (division des lots en petits lots achatables par le consommateur).

## 1.2. Les types de circuits de distribution :

Le circuit de distribution comporte différents types d'opérateurs. Dans tous les cas, il inclut les fabricants et les consommateurs, et dans certains cas, il inclut des grossistes, d'autres types d'intermédiaires et des détaillants. On classe traditionnellement les circuits de distribution en fonction de leur longueur, c'est à dire du nombre d'intermédiaires entre le fabricant et le consommateur final. Ainsi, ils sont en nombre de trois, à savoir:

1.2.1. **Le circuit ultra-court** : Le circuit ultra-court concerne la vente directe de produits par le producteur au consommateur final (vente directe en usine de production). On peut déduire que le circuit ultra-court se caractérise par l'absence de tout intermédiaire indépendant entre le producteur et le consommateur. C'est le cas d'une distribution directe.

1.2.2. **Le circuit court** : C'est un circuit dans lequel le détaillant s'approvisionne directement auprès des producteurs. On peut déduire que le circuit court se caractérise par un seul intermédiaire entre le producteur et le consommateur. C'est le cas d'une distribution semi-directe. Pour les médicaments, par exemple, cet intermédiaire est le plus souvent, la Pharmacie centrale des Hôpitaux (PCH).

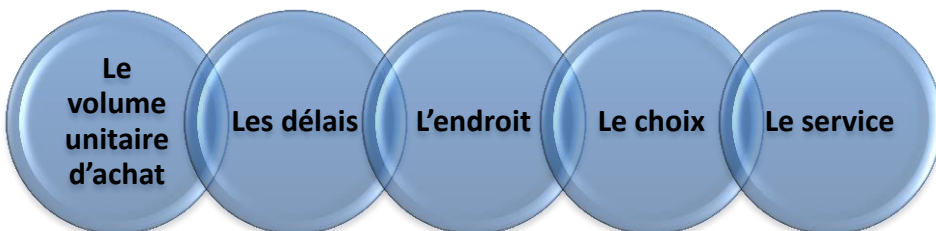
1.2.3. **Le circuit long** : Le circuit de distribution long comporte deux intermédiaires ou plus, entre le producteur et le consommateur final. C'est une distribution indirecte.

### 1.3. Le choix et la mise en place d'un circuit de distribution :

Pour choisir sa politique de distribution, l'entreprise prend en considération les étapes suivantes : Il faut successivement étudier les besoins des circuits, définir les objectifs poursuivis, identifier les solutions de distribution et les évaluer.

L'étude des besoins de la clientèle : Il s'agit de comprendre : Qui achète quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Et pourquoi achète-t-il ?

Les attentes s'expriment le plus souvent à travers cinq dimensions, comme illustré ci-dessous:



- **Le volume unitaire d'achat** : Il traduit la quantité de produit souhaitée par un consommateur à chaque occasion d'achats. Plus il est réduit, plus le service rendu par le circuit s'élargit (stockage, éclatement, etc.).
- **Les délais**: Il sépare la commande du moment de la livraison. Plus il est court, plus le client est satisfait.
- **L'endroit**: Il est pratique pour un consommateur de trouver ce qu'il désire dans de multiples endroits, ce qui exige un réseau à forte capillarité.
- **Le choix**: Plus il est étendu, plus un effort d'assortiment en amont est nécessaire.
- **Le service**: Il comporte tous les éléments intangibles (crédits, livraison, installation,...) fournis par le circuit. Plus ceux-ci sont nombreux, plus les fonctions dévolues au circuit s'accroissent.

## 2. Le secteur des médicaments et le marché mondial de produits pharmaceutiques

### 2.1. L'industrie pharmaceutique :

L'industrie pharmaceutique est l'un des secteurs dynamiques et rentables économiquement au monde grâce à un marché mondial aux perspectives de croissance fortes, en termes de chiffre d'affaires et de création d'emplois. En 2017, le marché mondial du médicament a dépassé le seuil des 1 000 milliards de dollars de chiffre d'affaires (environ 826 milliards d'euros), en croissance de 6 % par rapport à 2016<sup>(4)</sup>. Cette industrie est exercée par des laboratoires pharmaceutiques et des sociétés de biotechnologie, dominée par des groupes mondiaux, c'est aussi l'un des secteurs les plus internationalisés. Son potentiel de développement repose sur son aptitude à innover, au sein d'un secteur fortement concurrentiel, la recherche se révélant à l'évidence le moteur de cette industrie.

---

(4) Source : [www.lead.org](http://www.lead.org) (consulté le 11/03/2019)

L'industrie pharmaceutique a pour souci de découvrir, de développer, de produire et de vendre les médicaments à usage humain ou vétérinaire. Le médicament offre, à ce titre, la grande particularité d'être en même temps, un bien de consommation courant, par conséquent soumis comme tous les biens à une logique de marché et à de contraintes économiques et financières et, par ailleurs, le secteur essentiel des services de soins prodigués à des personnes malades, avec une finalité sociale et humaine très spécifique. L'objectif de l'industrie pharmaceutique est de prendre en charge la santé humaine à titre aussi bien préventif que curatif. Elle est d'autant plus acteur du fait de l'émergence de nouvelles maladies qui se transmettent de plus en plus vite et du fait de la facilitation des flux de personnes.

En 2011, les secteurs pharmaceutique et biotechnologie confortent leur place de leader en termes d'investissement en R&D (source : suivi des investissements en R&D industrielle par la Commission européenne, 2014). Parmi les vingt-cinq premiers groupes mondiaux, investissant le plus en R&D, sept sont des entreprises pharmaceutiques.

Tableau n°1 : Les principaux marchés pharmaceutiques dans le monde en 2014.

<b>Pays</b>	<b>% du marché mondial en 2014</b>
Etats-Unis	41.3
Chine	8.4
Japon	8.0
Allemagne	5.0
France	3.9
Italie	2.9
Royaume-Uni	2.7
Brésil	2.4



Canada	2.2
Espagne	2.2

Source : Entreprises du médicament en France, Bilan économique - édition 2014.

Les Etats –Unis avec ses 41.3% de part de marché confirment leur position de leader mondial du secteur des médicaments. Suivis par le marché asiatique départagé par la Chine et le Japon avec des parts de marché respectives de 8.4% et 8%. L'Europe représentée par l'Allemagne, la France, l'Italie et le Royaume-Uni font également partie de ce marché avec des parts de marché allant de 5% à 3%. Le marché du Brésil, seul pays émergeant des intervenants dans le domaine pharmaceutique, représente 2.4%, suivi de près par le Canada et l'Espagne avec seulement 2.2% des parts de marché. En termes de Laboratoires, les prestigieux NOVARTIS, PFIZER, SANOFI ou encore ROCHE et JOHNSON & JOHNSON figurent souvent en tête de classement Top 10 des premières et meilleurs laboratoires pharmaceutiques mondiales en part de marché et en CA. Le tableau ci-après reprend le classement des 9 laboratoires les plus performants en 2014.

Tableau n° 2: Les 9 premières entreprises pharmaceutiques mondiales en 2014.

Rang	Nom du laboratoire	Pays	CA(en Md\$)	Part de marché(%)
1	NOVARTIS	Suisse	50	5.5
2	PFIZER	Etats-Unis	44	4.8
3	SANOFI	France	39	4.3
4	ROCHE	Suisse	36	4.0
5	MERCK & CO	États-Unis	36	4.0
6	JOHNSON & JOHNSON	États-Unis	36	4.0
7	ASTRAZENECA	Royaume-Uni	33	3.6
8	GLAXOSMITHKLINE	Royaume-Uni	31	3.4
9	GILEAD	États-Unis	24	2.6
<b>Total</b>			354	38.9

Source: Entreprises du médicament en France, Bilan économique-édition 2014.

## **2.2. Le médicament de son origine à sa commercialisation**

### **2.2.1. Définition :**

La loi algérienne N° 85-05 relative à la protection et à la promotion de la santé, définit le médicament ; comme « *toute substance ou composition présentée comme possédant des propriétés curatives ou préventives à l'égard des maladies humaines ou animales, ainsi que tout produit pouvant être administré à l'homme ou à l'animal en vue d'établir un diagnostic médical ou de restaurer, corriger ou modifier leurs fonctions organiques* »<sup>(5)</sup>. Une définition reprise intégralement de l'article L.5111-1 du code français de la santé publique.

### **2.2.2. Les particularités du médicament:**

Le médicament n'est pas un produit industriel et commercial comme les autres :

**1. Il a une vocation de santé publique:** Le médicament n'est pas un produit anodin. Il est officiellement défini, obéit à une réglementation très stricte. C'est aussi un produit réglementé qui n'est pas soumis aux mêmes lois de l'offre et de la demande qu'un produit de consommation courante. Il doit être utilisé dans de bonnes conditions de sécurité et d'efficacité irréfutables, d'où la nécessité d'un système de surveillance.

**2. Il a un mode de financement spécifique:** La demande de produits pharmaceutiques en général, et celle du médicament en particulier, est le premier poste de dépense dans le domaine de la santé (l'offre de médicaments constituée par la production locale et l'importation a considérablement augmenté dans les différents pays et surtout dans les pays en développement).

---

(5) Art170 de Loi algérienne N° 85-05 du 16 février 1985 relative à la protection et à la promotion de la santé, modifiée par la loi N° 90-17 du 31 juillet 1990.

**3. C'est un bien social:** Pris en charge en partie par les organismes de protection sociale, il pèse sur les budgets des États, d'où l'existence de contrôles des conditions de sa consommation de la part des pouvoirs publics. Le médicament peut comporter des risques dans son utilisation ; C'est pourquoi la totalité de son cycle d'exploitation (production, dispensation, récupération) est très étroitement encadrée et confiée à la responsabilité du pharmacien.

**4. C'est un bien industriel:** Le médicament obéit à une réglementation contraignante et s'inscrit dans un circuit de fabrication et de mise à disposition des professionnels. Il est fabriqué par des entreprises dont la rentabilité doit assumer une recherche de haut niveau et coûteuse.

### **3. La stratégie de distribution du groupe SAIDAL et les enjeux de la pénurie de médicaments sur le marché**

#### **3.1. Présentation du Groupe SAIDAL :**

Le groupe SAIDAL est un groupe pharmaceutique généraliste créée en 1982 à la suite de la restructuration de la Pharmacie Centrale Algérienne-PCA. De statut juridique SPA où 80% des capitaux appartiennent à l'Etat et 20% au privé. SAIDAL produit essentiellement des antibiotiques et des médicaments génériques. Le groupe est constitué de six filiales ; Pharmal, Biotic, Antibiotical, Somedial, Iberal et Saidal Santé<sup>(6)</sup>.

SAIDAL compte 8 usines de production d'une capacité totale de 200 millions d'unités ventes :

<p><b>Site de production de Médéa</b></p>	<p>-Spécialisé dans la production d'antibiotiques pénicilliniques et non pénicilliniques. -Il dispose de deux unités de semi-synthèse pour les produits oraux et injectables -et d'une entité pour les spécialités</p>
---	--

(6) Documents internes groupe SAIDAL,2018. et également le site web SAIDAL : <https://www.saidalgroup.dz>

	pharmaceutiques.
<b>Site de production de Dar ElBeida (Alger)</b>	-produit une large gamme de médicaments sous plusieurs formes galéniques (sirops, solutions, comprimés et pommades).
<b>Site de production de Gué de Constantine (Alger)</b>	Composé de deux parties distinctes, -l'une pour la fabrication des formes galéniques (suppositoires, ampoules et comprimés) -l'autre dotée d'une technologie très récente spécialisée dans la production des solutés massifs (poches et flacons). -Cette usine dispose d'un laboratoire de contrôle de la qualité.
<b>Site de production d'El Harrach (Alger)</b>	Dispose de quatre ateliers de production sirops, solutions, comprimés et pommades.
<b>Site de production de Cherrhell (Tipaza)</b>	Composé de trois ateliers de production sirop, formes sèches (comprimés, poudre en sachets, gélules) et concentré d'hémodialyse.
<b>Site de production de Constantine</b>	il dispose de deux ateliers spécialisés dans la production des sirops et d'insuline.
<b>Site de production d'Annaba</b>	spécialisé dans la fabrication des formes sèches.
<b>Site de production de Batna</b>	spécialisé dans la production des suppositoires.

### **3.2. Les Centres de distribution**

Ces centres assurent la distribution des produits SAIDAL à travers tout le territoire national, ils sont au nombre de 3.

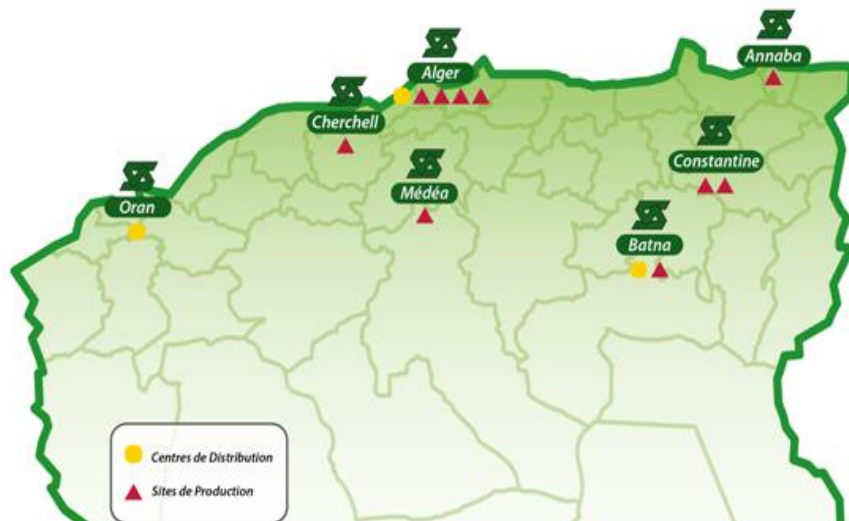
➤ Unité commerciale centre (UCC): approvisionnement de 11 wilayas du Centre.

➤ Centre de distribution Batna (CDB) : approvisionnement de 18 wilayas de l'Est.

➤ Centre de distribution Oran (CDO) : approvisionnement de 19 wilayas de l'ouest.

Figure N°1: Les sites de production et les centres de distribution du Groupe SAIDAL

## GROUPE SAIDAL



Source : <https://www.saidalgroup.dz>.

Le groupe SAIDAL, avec ses huit sites de production et ses trois grands centres de distribution est présent sur les différentes régions du pays. Le groupe SAIDAL fait, d'ailleurs, toujours partie du top 10 du classement des meilleurs laboratoires pharmaceutiques en Algérie. Ci-après le classement de l'année 2015, où le groupe SAIDAL (avec une part de marché en CA qui dépasse les 3% et une part de marché en Unité de Vente qui avoisine les 9%) rivalise avec les leaders mondiaux du médicament, à l'image du français ; SANOFI, de l'américain PFIZER ou encore du Suisse NOVO NORDISK.

Tableau n°3: Classement des 20 premiers laboratoires en Algérie en 2015

Rang	Laboratoire	Part de marché en DA	Part de marché UV
1	SANOFI	12,77%	13,08%
2	NOVO NORDISK	6,99%	3,22%
3	EL KENDI	5,35%	3,39%
4	GLAXOSMITHKLINE	5,17%	4,77%
5	HIKMA PHARMA	4,61%	4,07%

6	PFIZER	4,34%	3,22%
7	<b>SAIDAL</b>	<b>3,05%</b>	<b>8,71%</b>
8	NOVARTIS	2,55%	0,86%
9	MSD	2,47%	1,92%
10	ASTRAZENECA	2,33%	0,68%
11	MERINAL	2,25%	4,62%
12	PHARMALLIANCE	2,03%	3,68%
13	BEKER	1,80%	0,69%
14	ROCHE DIAGNOSTICS	1,77%	0,40%
15	BAYER CLASSICS	1,63%	0,38%
16	ABBOTT	1,62%	1,07%
17	LIFESCAN	1,56%	0,36%
18	BIOCARE	1,39%	2,27%
19	BAYER HEALTH.PHARM	1,39%	1,10%
20	IPSEN	1,30%	0,94%

Source : Document interne de SAIDAL, 2016

#### **4. L'enquête terrain portant sur les canaux de distribution du groupe SAIDAL : l'approche de SAIDAL et perception des grossistes de médicaments**

Nous avons opté pour une étude qualitative à l'aide d'un guide d'entretien semi-directif avec les cadres SAIDAL chargés des opérations de vente et de commercialisation. Nous nous sommes entretenus avec :

✓ Le responsable des ventes de SAIDAL (ancien directeur de l'Unité Commerciale Centre (UCC) et également,

✓ avec le responsable commercial.

Nous leur avons demandé de nous présenter, en premier, le réseau de distribution de Saidal et les différentes catégories d'intermédiaires. En résumé, leurs réponses disent ceci :

Au commencement, SAIDAL effectuait la majorité de ses ventes sur le quai de l'usine de production, car elle n'avait pas ses propres centres de distribution ; ses clients s'approvisionnaient directement de l'usine. Avec l'augmentation de la capacité de production et la hausse de la demande, SAIDAL a reconnu l'importance de la distribution qui

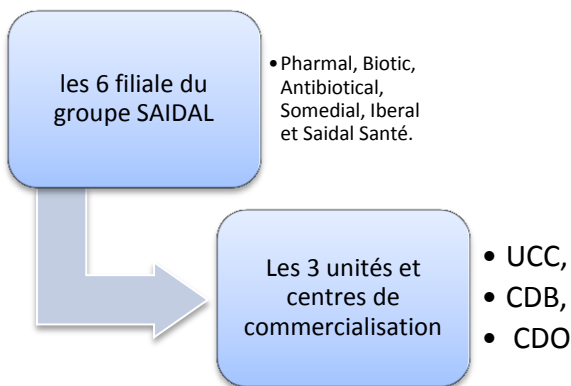
consiste à se rapprocher du client en lui acheminant les produits pharmaceutiques pour qu'il puisse s'en servir aisément en lui évitant de se déplacer trop loin. Afin d'écouler ses produits et atteindre son objectif, le groupe SAIDAL s'est vu doté de trois centres de distribution. Le premier et le plus ancien se trouve à Alger « UCC ». Créé en 1996, il prend en charge la commercialisation des produits dans les wilayas du Centre ; le deuxième se trouve à Oran Créé en 1999, couvre la demande à l'Ouest d'Algérie.

Le dernier à Batna « le CDB », créé en l'an 2000 est destiné à approvisionner en médicaments les wilayas de l'Est.

SAIDAL écoule ses produits à travers un circuit de distribution bien défini. Ce circuit peut être *interne* ou *externe* :

**1. Circuit de distribution *interne* de SAIDAL :** Le circuit interne de SAIDAL est un circuit ultracourt. Les filiales de production PHARMAL ; BIOTIC ; ANTIBIOTICAL ; vendent le médicament directement aux unités commerciales (UCC, CDB, CDO). Les achats de ces unités, sont facturés et doivent être payés comme n'importe quel client.

Figure N°2 : Circuit interne ultra court de SAIDAL



Source : illustration des auteurs à partir de documents interne SAIDAL

**2. Le circuit de distribution externe de SAIDAL :** Il comporte trois types de circuits : Ministère de la défense (MDN), la pharmacie centrale des hôpitaux (PCH), la CNAS et les grossistes répartiteurs. Ces trois clients achètent d'une manière régulière les produits pharmaceutiques SAIDAL. Ils s'approvisionnent directement des centres de distribution sans passer par un intermédiaire. Ce circuit permet à SAIDAL d'avoir un contact direct avec ses clients, de bien connaître leurs besoins et de faciliter la distribution.

SAIDAL utilise le circuit court en distribuant les produits pharmaceutiques à la pharmacie centrale des hôpitaux, puis cette dernière distribue elle-même aux secteurs sanitaires. Ce circuit permet à SAIDAL de bien connaître son marché. Dans ce cas-là, la PCH joue le rôle d'intermédiaire qui transmet les informations du secteur sanitaire à SAIDAL. La même chose pour les grossistes répartiteurs, CNAS et ministère de la défense.

Concernant les raisons et causes qui génèrent la pénurie de médicaments en Algérie, les responsables de SAIDAL répondent que ces dernières sont multiples et dépendent de la classe thérapeutique du médicament.

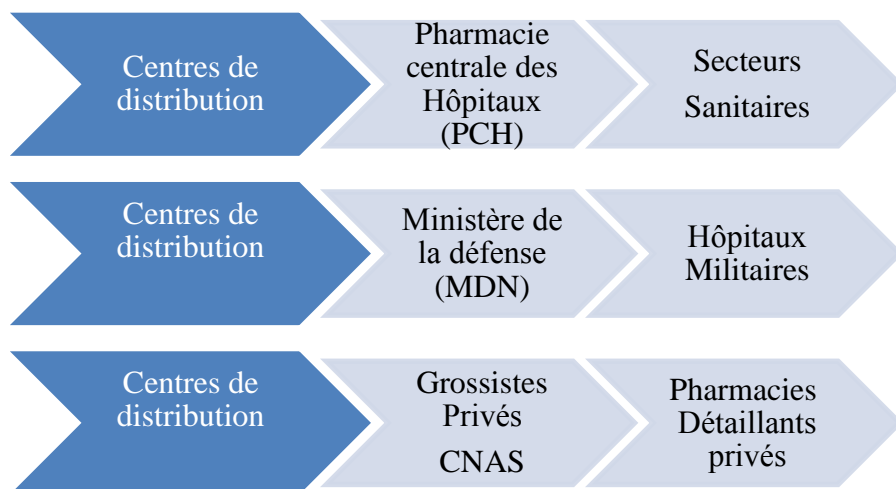
✚ Pour les médicaments d'ophtalmologie et de Rhinologie, les grossistes répartiteurs incombent une partie de la responsabilité de cette pénurie (où il y a des épidémies et la demande supérieure à l'offre), dans ce cas, les grossistes préfèrent stocker les médicaments et les vendre en quotas aux détaillants privés (pharmaciens).

✚ Pour les autres médicaments (d'Hématologie, éthémostase, Métabolisme et nutrition, Infectiologie), SAIDAL assume la responsabilité totale pour cause d'insuffisance de la capacité de production, les pannes techniques d'équipement et les projets de modernisation des sites de production. De plus, jugés non rentables, les concurrents ne produisent pas ces médicaments et SAIDAL, en dépit de son potentiel de production, n'arrive pas à satisfaire la volumineuse demande du marché. Actuellement, les grands laboratoires présents en Algérie (SANOFI-AVENTIS, PFIZER, NOVO



NORDISK.....etc.), préfèrent investir dans les classes thérapeutiques de spécialité telles que (la cardiologie, diabétologie et la cancérologie) estimées comme très rentables pour eux.

Figure n° 3 : Circuit Externe Court de SAIDAL



Source : illustration des auteurs à partir de documents interne SAIDAL

Dans notre tentative de faire le point sur les tenants et les aboutissants du sérieux problème de pénurie que connaît le secteur de médicament en Algérie, nous voulions, également avoir l'avis de l'autre partie prenante du circuit de distribution des médicaments, les grossistes, notamment.

Le groupe SAIDAL, étant public les grossistes de médicaments sont implantées au niveau de tout le territoire Algérien. Dans le cadre de cette enquête, nous avons restreint notre échantillon aux grossistes de médicaments de la wilaya de Constantine, Sétif et Annaba, dans l'Est algérien. La méthode que nous avons choisie pour la sélection de notre échantillon est la méthode non aléatoire. Nous avons pu réaliser 35 questionnaires. Les réponses apportées par ces grossistes à une série de questions sur la même problématique sont les suivantes :

✚ 60% des grossistes de médicaments souhaitent avoir plus de disponibilité de produits du groupe SAIDAL ;

✚ Tous les grossistes questionnés ont affirmé qu'il existe des ruptures fréquentes d'approvisionnement auprès du SAIDAL ;

- Les classes thérapeutiques en fortes pression dans la gamme des produits SAIDAL sont par ordre : Antalgique vient en première position avec 28%, puis Anti inflammatoire qui vient en 2<sup>ème</sup> position avec 26%, puis suivent les autres classes (Hématologie et hémostasie, Rhinologie, Infectiologie, Dermatologie) ;

- 69.40% des grossistes répartiteurs trouvent que la capacité de production du groupe SAIDAL dans certains médicaments est limitée ;

- 47.20% des grossistes répartiteurs estiment que le défaut d'approvisionnement en matière première est la deuxième cause de ces ruptures fréquentes ;

- 36.10% des grossistes répartiteurs expliquent que la cause de rupture d'approvisionnement est générée par la défaillance dans la chaîne de distribution ;

- 27.80% des grossistes répartiteurs estiment que aussi que « la demande volatile et imprévisible de médicaments » constitue, également, une autre raison qui génère le problème de la pénurie.

En synthétisant l'ensemble des arguments et causes du problème de pénurie de médicament en Algérie, nous déduisons que le groupe SAIDAL est directement et principalement impliqué dans les fréquentes ruptures de médicament que connaît le secteur.

### **Conclusion**

Dans notre étude, nous avons analysé la distribution des médicaments par le groupe SAIDAL. Nous avons constaté l'existence d'un intermédiaire qui a une grande influence sur ses ventes, à savoir les grossistes répartiteurs qui lui génèrent 80% du chiffre d'affaires, ce

qui le met en situation de quasi-dépendance. A l'issue de l'enquête terrain réalisée auprès des professionnels de la distribution de médicament en Algérie, nos hypothèses ont été testées ce qui nous permet d'avancer que : Hypothèse n°1 est confirmée. En effet, la pénurie sur certains médicaments est de la responsabilité de SAIDAL notamment les médicaments de certaines classes thérapeutiques dont il est le seul producteur. Ses capacités de production limitées et les fréquentes pannes techniques sont autant de facteurs qui aggravent ce phénomène.

Hypothèse n°2 est aussi confirmée. La pénurie touche beaucoup plus certaines classes thérapeutiques les plus demandées, comme les antalgiques ou les anti-inflammatoires. Pour répondre à l'hypothèse n°3, l'étude mérite d'être élargie aux autres laboratoires pharmaceutiques en vue d'étudier leur stratégie de distribution. Néanmoins, 1/3 des grossistes interviewés constatent qu'il y a effectivement une défaillance au niveau de la chaîne logistique.

### **Bibliographie :**

- (1). Ansoff Igor, Stratégie de développement de l'entreprise, Edition Hommes et Techniques, Paris, 1970.
- (2). Brudey N., Ducrocq C., La distribution, 3<sup>ème</sup> édition, Edition VUIBERT, Paris, 2000.
- (3). Chirouze Y., Le marketing études et stratégies, 2<sup>ème</sup> édition, Edition Ellipses, Paris, 2007.
- (4). Cliquet G., Fady A. & Basset G., Management de la distribution, 2<sup>ème</sup> édition, Edition DUNOD, Paris, 2006.
- (5). Errard Patrick, Bilan économique des Entreprises du Médicament – Edition Odile Jacob, Paris, 2014.
- (6). Harboun. C., Le marketing pharmaceutique, Edition ESKA, 1995.
- (7). Kotler P. et Dubois B., Marketing Management, Edition PUBLI UNION, Paris, 2001.
- (8). Lendrevie J. et Lindon D., MERCATOR : Théorie et pratique du marketing, 6<sup>ème</sup> édition, Edition DALLOZ, Paris, 2000.
- (9). Sohier J. et Sohier D., Logistique", 7<sup>ème</sup> édition, Edition VUIBERT, Paris, 2013.

- 
- (10). Vaalaszquez .G, L'industrie du médicament et le tiers monde, Edition Masson, 1980.
  - (11). Art170 de Loi algérienne N° 85-05 du 16 février 1985 relative à la protection et à la promotion de la santé, modifiée par la loi N° 90-17 du 31 juillet 1990.
  - (12). Documents internes Groupe SAIDAL, 2017
  - (13). Site web SAIDAL :<https://www.saidalgroup.dz>