

LA RESPONSABILITÉ DE L'ETAT DANS LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Par Abdenour Nouriri

INTRODUCTION

Lorsque l'Etat a limité le commerce extérieur, nombre d'économistes ont par hasard d'ailleurs dès le début des années 70, que l'on s'achemine vers un véritable bazar. Ils ont réussi à attirer l'attention des pouvoirs publics sur le risque pour l'Algérie qui résulterait du désengagement de l'Etat dans la sphère commerciale. En fait, les prédictions se sont avérées vraies et aujourd'hui on ne peut que constater l'état déplorable dans lequel se trouve la distribution dans notre pays.

LA RESPONSABILITÉ DE L'ETAT DANS LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Par Abdenour Nouriri

Les ministères du Plan, des Finances, de l'Agriculture et du Commerce veillaient à faire tout un travail de contrôle au bon fonctionnement du système. Le contrôle des prix était rigoureux et l'Etat ne cessait d'ignorer la loi. L'exercice d'un commerce était subordonné à la délivrance d'un registre de commerce. Les contrôleurs et inspecteurs principaux du commerce étaient particulièrement bien formés et le système rigoureux était efficace. Ainsi, chaque wilaya devait bénéficier d'un supermarché de 3000 m² et chaque wilaya d'au moins un supermarché de 3000 m². Il est vrai que ce système a engendré la pénurie et les prix élevés.

LA RESPONSABILITÉ DE L'ETAT DANS LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

Par Abdennour Nouri

INTRODUCTION :

Lorsque l'Etat a libéré le commerce extérieur, nombre d'économistes n'ont pas manqué d'affirmer, dès le début des années 90, que l'on s'acheminait vers une « économie de bazar ». Ils entendaient attirer l'attention des pouvoirs publics sur le risque pour l'Algérie qu'entraînerait le désengagement de ces derniers de la sphère commerciale. En fait, leurs prédictions se sont avérées exactes et aujourd'hui on ne peut que constater l'état déplorable dans lequel se trouve la distribution dans notre pays.

Durant les années 70, l'Etat était très présent tant au niveau du commerce extérieur qu'intérieur. Les monopoles au niveau de l'importation accordés à des entreprises publiques lui permettaient un contrôle quasi-total sur les échanges commerciaux avec l'étranger. Si l'on rajoute que le commerce de gros était l'apanage d'un certain nombre de sociétés nationales qui couvraient un large éventail de produits de large consommation et que par l'intermédiaire de la SNNGA¹, le commerce de détail était investi par le secteur public, on s'aperçoit que ce dernier était très présent à tous les niveaux, contrôlant les circuits de l'importation jusqu'à la mise à disposition du client final.

Les ministères du Plan, des finances, de l'agriculture et du commerce veillaient grâce à tout un attirail de mesures au bon fonctionnement du système : le contrôle des prix était sévère et nul n'était censé ignorer la loi. L'ouverture d'un commerce était subordonnée à la délivrance d'un registre du commerce. Les contrôleurs et inspecteurs principaux du commerce étaient particulièrement bien formés² et le schéma directeur était cohérent. Ainsi, chaque daïra devait bénéficier d'un supermarché de 2000 m² et chaque wilaya d'au moins un supermarché de 3000 m².

Il est vrai que ce système a engendré la pénurie et les prix n'étaient

¹ Société Nationale des Nouvelles Galeries Algériennes.

² L'Institut National de Commerce sous son ancienne appellation d'Institut de Technologie du Commerce y a fortement contribué.

qu'artificiellement maîtrisés. A l'ombre de ce commerce d'Etat s'était développé un marché noir alimenté souvent par les employés des magasins publics.

Le retrait de l'Etat du domaine du commerce de détail par la dissolution des EDG et autres Aswak¹ a permis à une faune de nouveaux commerçants d'investir le terrain abandonné par les entreprises publiques.

On ne peut se dire partisan de la libre entreprise et en même temps regretter le temps des monopoles étatiques. La concurrence est nécessaire car elle stimule le dynamisme des entreprises et les maintient en éveil: le consommateur en sort le grand bénéficiaire. Nul ne peut contester qu'en termes de disponibilité des produits il y a eu un grand pas de franchi ces dix dernières années.

Cependant la décennie noire a vu aussi le rôle de l'Etat diminuer comme peau de chagrin. Or libéralisme ne signifie pas pour autant absence totale des pouvoirs publics de l'arène économique. Il est au moins quatre domaines dans lesquels ils ne sauraient être défaillants: les pratiques commerciales, l'urbanisme commercial, la contrefaçon et le marché noir.

Nous tenterons dans ce qui suit de donner un aperçu sur le rôle que joue l'Etat dans chacun de ces domaines² et de montrer quelles conséquences découlent de la non prise en compte plus complète de ce rôle par les pouvoirs publics.

LA CONTREFAÇON ET LE MARCHÉ NOIR

D'après le rapport du 2^{ème} trimestre 2003 du CNES³, il y aurait quelques 700 marchés illégaux dans tout le pays, sur une superficie de 2,7 millions de m². 40% des commerçants, d'après des estimations du ministère du Commerce, seraient dans l'illégalité alors que des statistiques du CNES, de 2004, ont montré que près de 100.000 commerçants activistes sans être agréés, soit l'équivalent de 14% de ceux inscrits au registre du commerce!

¹ *Entreprise de Distribution des Galeries (ex-SNNGA) : cf notre article sur les grandes surfaces en Algérie in revue de l'INC N°02*

² *Un travail plus approfondi sera entrepris dans ces domaines par des étudiants de magister au sein de l'équipe de recherche sur la grande distribution et l'urbanisme commercial de l'INC.*

³ *Conseil National Economique et Social*

Cette situation cause un grand tort à l'économie nationale avec, à titre d'exemple, des transactions sans facturation qui ont atteint un montant de 50 milliards de dinars en 2004. Les appareils téléphoniques portables ne font pas exception. De marque Samsung, Nokia, Motorola, Sony Ericsson ou LG et portant souvent le label d'opérateurs étrangers tels que l'anglais Vodafone, le marocain Méditel, l'espagnol Amena ou l'allemand T-Mobile, ces appareils sont introduits frauduleusement à travers les frontières terrestres ou importés par voie aérienne essentiellement de Dubaï, d'Espagne, d'Angleterre, d'Allemagne, de Turquie, de Hong-Kong et de Chine par les trabendistes. Ce marché informel avoisine 45% du marché du mobile en Algérie¹.

Pour le secrétaire général de l'Union des commerçants et artisans algériens², le marché noir est à l'origine de la flambée des prix des fruits et légumes et ce en raison de l'achat sur pied de grosses quantités de ces produits auprès des paysans par des spéculateurs.

Des quartiers entiers sont devenus des repaires pour "trabendistes" et des repères pour ceux qui pensent réaliser de bonnes affaires en allant s'y approvisionner³.

Ces marchés informels gérés par des sociétés disposant d'un capital insignifiant ou par des individus aux moyens financiers limités favorisent une activité commerciale illégale qui se manifeste par des ventes et achats sans facture ou sous-facturés, des registres du commerce élaborés grâce à des prête-noms ou encore des sociétés écran, des détournements d'avantages fiscaux, des sous-déclarations et fausses déclarations en douanes, des paiements en espèces et souvent des faux et usage de faux.

La contrefaçon touche quant à elle presque tous les secteurs de l'économie. Les pièces automobiles et les vêtements viennent en tête de liste suivis par les produits informatiques et même la nourriture n'échappe pas à la razzia⁴.

¹ Cf. Liberté du 13/02/07

² Propos rapportés par El Khabar du 12/09/2006

³ Voir, F. Ghidouche, l'économie informelle de distribution, mémoire de magister en management commercial, INC, Alger 2001

⁴ D'après le ministre du commerce, cité par El Khabar du 19/06/2006, 55 % des appareils électroniques, audio-visuels notamment, sont contrefaits, ainsi que 30 % des tissus et cuirs, suivis des pièces de rechanges, les produits cosmétiques et le tabac (20 %). Selon toujours des estimations du ministère du Commerce, 40 % des marchandises contrefaites sont localement produites, contre 41% qui sont importées, dont 53 % sont d'origine asiatique (41% Chinois) et

Les textes interdisant la contrefaçon (production locale ou importation) sont pourtant nombreux. On peut citer l'ordonnance n°66.57 du 19 mars 1966 relative aux marques de fabrique et de commerce, l'ordonnance n°66-156 du 8 juin 1966 portant code pénal punissant les contrefacteurs de "2 mois à 3 ans de prison et d'une amende de 2 000 à 20 000 DA", la loi n°89.02 du 7 février 1989 relative aux règles générales de la protection du consommateur, la loi n°98.10 du 22 avril 1998 (modifiant et complétant la loi n°79-09 du 21 juillet 1979 portant code des douanes) et qui stipule, dans son article 22, que "sont prohibées à l'importation sous tous les régimes douaniers et sont passibles de confiscation les marchandises algériennes ou étrangères contrefaites", et la loi n°04.02 du 23 juin 2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales¹.

Qu'est ce qui pousse au développement de ce marché noir et de cette contrefaçon Pour M. Mebtoul² "la sphère informelle est le produit historique du trop d'Etat et de l'extension de la bureaucratie rentière qui tire sa puissance de l'existence même de cette sphère tissant des réseaux diffus de corruption: ce n'est que la traduction de la faiblesse de la démocratisation du système économique et politique, donnant d'ailleurs du pouvoir à ceux qui contrôlent l'information". La responsabilité de l'Etat serait donc pleinement engagée dans la persistance de ce phénomène qui nuit à un développement harmonieux des circuits de distribution.

Le ministre du commerce de l'époque attribue les causes du développement du marché informel à la libéralisation du commerce qui a vu émerger pas moins de 15 000 importateurs, la compression des travailleurs née de la récession économique et leur reconversion forcée dans le secteur informel ainsi qu'à la déperdition scolaire³.

La franchise⁴ en tant qu'instrument de modernisation des circuits commerciaux se trouve freinée par le peu de vivacité manifesté dans la lutte contre la contrefaçon dans notre pays. On se souvient de l'expérience malheureuse de *Canal Satellite* qui a dû plier bagage

¹ Pour plus de détails cf www.missioneco.org/algerie, document la mission économique de l'ambassade de France en Algérie en date du 13/10/2005

² In Le quotidien d'Oran du 17/09/2006

³ Réponse aux questions de M. Boukrouh en 2003 rapportées par La Tribune

⁴ Voir notre article sur le commerce en réseau dans la revue de l'INC N° 06

s'avouant vaincu devant la persistance du piratage dans la réception des chaînes de télévision par satellite.

Les conséquences pour l'économie nationale sont multiples: les fraudes fiscales ne sont que la partie visible de l'iceberg. Le manque à gagner suite à la non délocalisation vers l'Algérie de PME européennes (comme c'est le cas en Tunisie et au Maroc) est autrement plus cruel: des milliers d'emplois n'ont ainsi pas été créés.

Les produits importés, souvent de mauvaise qualité, nuisent aux produits locaux (concurrence déloyale) et portent atteinte tant à la santé¹ qu'au porte monnaie des consommateurs.

La volonté de l'Etat d'éradiquer le marché noir ainsi que la contrefaçon² ne fait pas l'ombre d'un doute surtout que les partenaires étrangers³ pèsent de tout leur poids pour qu'une lutte sans merci soit menée pour apurer les circuits de distribution de ces tares.

Des résultats symboliques ont d'ores et déjà été obtenus à l'image de la suppression du trop célèbre marché de Meissonnier. L'Office national des droits d'auteur et droits voisins (Onda) affirme avoir saisi plus de 200.000 CD contrefaits en 2004, contre 56 000 seulement en 2003⁴.

La Direction générale des impôts a, quant à elle, mis progressivement un cadre législatif adapté aux nouvelles données de l'économie de marché pour tenter de ramener cette activité commerciale parallèle "au seuil du tolérable". Ainsi il a été décidé de relever le seuil du capital social à 20 millions de dinars pour les sociétés importatrices et il a été institué une taxe de domiciliation bancaire. De plus des brigades mixtes impliquant les services des impôts, du commerce et de la douane ont été

¹ Les pièces automobile made in « Taiwan » sont dangereuses et à l'origine de bien des accidents de la circulation

² L'Algérie occupe la peu reluisante septième place au niveau international dans le domaine de la contrefaçon.

³ Dans le cadre du partenariat algéro-européen et de l'adhésion de l'Algérie à l'OMC

⁴ Cf Liberté du 13/12/05

mises sur pied avec comme objectif d'établir un fichier national des fraudeurs. L'identifiant fiscal (NIS) pour toutes les opérations de dédouanement est exigible dorénavant alors que l'interdiction d'exercer une activité commerciale par voie de procuration est devenue effective¹.

Les défenseurs du maintien du statu quo en matière de marché noir et son corollaire la contrefaçon ne manqueront pas d'arguer que ce serait mettre fin à des milliers d'emplois que de vouloir démanteler cette organisation "parallèle" du commerce. Certains iront même jusqu'à dire que la contrefaçon est une providence pour les Algériens qui ont pu accéder aux Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication à moindre frais². Ce serait faire preuve de courte vue que de croire que cette situation, en violation manifeste avec les lois régissant la propriété intellectuelle, va perdurer. Dès que l'Algérie aura intégré la grande famille de l'OMC, commencera une véritable "chasse aux sorcières" imposée de l'extérieur. Pourquoi donc ne pas nous y préparer plutôt que de la subir contraints et forcés?

L'Etat a une lourde responsabilité dans ce domaine et il doit montrer clairement que la voie à suivre n'est pas celle du trabendo et pour ce faire il doit mettre en branle tous les moyens dont il dispose pour lutter contre ce fléau qui gangrène notre économie et permet à une faune de maffieux de s'enrichir de manière éhontée, croyant dur comme fer qu'ils peuvent échapper aux fourches caudines de la justice.

Le second aspect de notre analyse sur la nécessaire intervention de l'Etat dans les rouages de l'économie intéresse les pratiques commerciales constatées çà et là dans tout le pays.

LES PRATIQUES COMMERCIALES

L'Algérie ne s'est jamais départie des pratiques commerciales frauduleuses. Lors du règne du monopole, des magasins d'Etat usaient et abusaient de la vente concomitante. Il n'était pas rare, au sein des super marchés SNNGA, de se voir "offrir" (sans aucun moyen de réclamation)

¹ Il est question aussi du retrait du registre du commerce pour les contribuables non localisés.

² En matière de micro informatique, tant le hardware que le software sont abondamment "copiés" ce qui rend bien des logiciels à la portée de toutes les bourses.

une ampoule de 110 volts en accompagnement de celle de 220 dont on avait besoin, un sachet contenant de l'Isis et un autre produit qui ne se vendait pas ou enfin de l'eau minérale plate en sus de la pétillante. Au vu et au su de tous, les gestionnaires de ces établissements imposaient à leurs clients des achats forcés. Pourtant, à la même époque, les commerçants sur les marchés de fruits et légumes, affichaient, sur des ardoises, les prix de tous leurs produits.

Aujourd'hui, trois décennies plus tard, ces deux pratiques ont pris des tournures diamétralement opposées : avec la disparition de la pénurie, la vente concomitante n'est plus qu'un triste souvenir alors que l'affichage des prix n'est plus de rigueur. Pourtant une loi sur les pratiques commerciales illicites a vu le jour¹ mais force est de constater que son application pleine et entière tarde à venir.

Le 2ème voire le 3ème choix sont vendus comme s'il s'agissait de premier choix. Les refus de vente se multiplient alors que peu de clients sont au fait du mauvais fonctionnement des balances utilisées par les marchands de légumes et autres épiciers. Et pourtant les services de contrôle et de répression sont sur les dents : 27.300 instruments de pesage ont fait l'objet de saisine au port d'Alger pour non-conformité aux normes de fabrication légales². Dans le même temps, 672 balances sont déclarées non conformes durant le 1er semestre 2006, sur les 6.692 contrôlées. Les taximètres de taxis et des stations-service présentent aussi des déficiences constatées par les services de la Métrologie³.

Parmi les autres réglementations entrées en vigueur⁴, on citera celle ayant trait aux soldes. Celles-ci ne peuvent porter que sur « des biens acquis par l'agent économique depuis trois mois au minimum à compter de la date du début de ces ventes »⁵

Le dispositif de lutte contre la fraude a été consolidé et de nouvelles mesures ont été introduites, instituant des sanctions qui s'appliquent aux

¹ Loi n° 04-02 du 23 juin 2004 parue au Journal officiel n°41 du 24 juin 2004

² Cf Le Quotidien d'Oran du 01/10/06

³ Le directeur général de l'Office National de Métrologie Légale a révélé que sur 2.890 taximètres contrôlés, 64 étaient non conformes.

⁴ Décret exécutif cité par Liberté du 12/07/06

⁵ Les ventes en solde sont autorisées deux fois par année civile pour une durée continue de 6 semaines et doivent intervenir durant les saisons hivernale et estivale.

cas de manquement aux règles de facturation¹. Ainsi l'établissement d'une fausse facture ou d'une facture de complaisance entraînera une amende fiscale (égale à 50% de sa valeur) et qui s'appliquera tant contre celui qui a établi la fausse facture que contre celui dont le nom figure au titre de bénéficiaire².

Les pouvoirs publics semblent être tiraillés entre deux options antinomiques: éradiquer à tout prix les phénomènes nuisibles³ et se montrer conciliants en attendant des jours meilleurs. Cette dualité dans l'approche est perceptible dans la décision d'interdire les paiements en espèces au-delà d'un montant de 50 000 DA⁴. A l'époque les banquiers s'étaient montrés satisfaits de cette mesure: leurs agents passaient le plus clair de leur temps à compter des billets. Un anachronisme qu'était censé aplanir cette décision des pouvoirs publics dont la conséquence première devait être la disparition graduelle des opérations "sans traces". Avec ce système de paiement, il serait devenu difficile, au-delà de l'échéance de septembre 2006, de commercer sans disposer d'un compte en banque. «Les liquidités sans traçabilité ouvrent la brèche à toutes sortes de pratiques y compris frauduleuses. Avec l'utilisation des nouveaux instruments de paiement, nous avons une traçabilité», avait déclaré à l'époque le délégué de l'ABEF⁵.

Quelques mois plus tard, le gouvernement est revenu sur cette décision. Cette mesure⁶ n'a semble-t-il pas été du goût de tous. Les commerçants ont reproché le niveau d'impréparation de cette décision⁷ (absence de communication, retards dans la mise en place du nouveau système de télé compensation, faible taux de pénétration des cartes bancaires et dévalorisation du chèque).

¹ Site web de la direction générale des impôts cité par Liberté du 22/08/06

² L'application de cette amende est entrée en vigueur à compter du 20 juillet 2006. Les sanctions prévues ont été définies dans l'article 65 de la loi de finances pour 2003, modifiée et complétée.

³ Le montant de la fraude fiscale pour défaut de factures a été estimé à 40,3 millions de DA durant les quatre premiers jours du mois de Ramadhan en octobre 2006 à Batna : ces interventions ponctuelles des contrôleurs sont largement médiatisées car intervenant durant le mois sacré.

⁴ Décret exécutif de novembre 2005

⁵ Déclaration faite au Quotidien d'Oran au moment de la promulgation de ce décret. ABEF. Association des Banques et Etablissements Financiers.

⁶ Elle entraine dans le cadre de l'application de la loi 05-01 du 6 février 2005 relative à la prévention et à la lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme

⁷ Cf. déclaration du secrétaire général de l'Union des Commerçants et artisans in Le Jeune Indépendant du 26/08/06

Aucune explication officielle n'est venue accompagner cette volte face si ce n'est les quelques propos du ministre délégué auprès du ministre des Finances chargé de la Réforme bancaire qui a expliqué sur les ondes de la Chaîne III de la Radio nationale que l'obligation de recours au chèque et autres moyens de paiement scripturaux ou électroniques ne sera appliquée qu'après l'achèvement des réformes entamées dans le secteur des banques. Estimant qu'une telle mesure s'impose, il a assuré qu'elle ne pourra cependant «être effective qu'après un long processus de modernisation et de mise à niveau du système bancaire national»¹.

Cette reculade risque de faire plus de mal à de futures décisions d'assainissement du marché. Les "barons" confortés dans leur immunité vont prendre l'ascendant sur des commerçants honnêtes qui se sentent délaissés, voire lâchés eux qui s'acquittent des taxes et impôts. La transparence n'est pas pour demain.

Les consommateurs sont une nouvelle fois pris en otage². Ils subissent sans protester les aléas du marché : aucune association de défense des consommateurs n'est là pour relayer leur ras le bol. Les Algériens ont longtemps été des assistés et là où dans d'autres pays les consommateurs sont une force avec laquelle tous les partenaires doivent composer, en Algérie le défaitisme et l'impuissance sont de mise. Pourtant les pouvoirs publics trouveraient un allié de taille dans des associations de défense des consommateurs dotées de leurs propres laboratoires et de leurs propres sites internet et revues : le « boycott » populaire est de loin plus incisif que le contrôle ponctuel³.

Le dernier domaine dans lequel l'intervention des pouvoirs publics est indispensable est l'urbanisme commercial et c'est là que le bas blesse car si pour les points évoqués plus haut c'est de non application de

¹ Propos rapportés dans l'édition du 26/09/06 d'Infos Soir

² Nous faisons référence à un article que nous avons rédigé en 1991 dans le cadre d'un mélange en hommage au professeur André Tiano intitulé Face à la difficile transition vers l'économie de marché : le consommateur algérien en otage, édité par l'université de Montpellier 1.

³ L'Union Générale des Travailleurs Algériens avait appelé les citoyens à observer une grève du couffin les 12 et 13 mars 1991 pour protester contre la hausse des prix.

réglementation qu'il s'agit, ici c'est d'absence même de textes législatifs qu'il s'agit.

L'URBANISME COMMERCIAL

Pourquoi une loi ne régit-elle pas l'urbanisme commercial en Algérie? Voici un autre domaine où la responsabilité des élus est engagée. Le paysage commercial gagnerait à être discipliné. En l'absence de textes, on a beau jeu de constater telle ou telle incohérence. Rien ne pourra se faire sans une réglementation draconienne.

Les quartiers périphériques d'Alger sont devenus un modèle de construction anarchique de magasins. Quand on a courageusement affronté le Hamiz et ses grossistes, on est marqué à vie par ce que l'improvisation veut dire. Et dire que la planification avait droit de cité dans ce pays. L'exemple de l'implantation des supermarchés d'Etat en est la parfaite illustration¹. Plusieurs organismes intervenaient dans le choix du terrain d'assiette du futur magasin d'Etat. Les enquêtes "commodo incommodo" étaient de mise et il ne serait venu à l'esprit de quiconque d'outrepasser les règles édictées.

Aujourd'hui ce sont des "quartiers" de non droit qui se développent un peu partout en Algérie à la faveur de la libéralisation de l'économie. Des bâtisses non achevées prolifèrent dans ce fameux Hamiz et elles abritent des "cavernes d'Ali Baba" sans qu'aucun responsable ne songe à y mettre le holà. La norme a été bousculée et la nouvelle basée sur le système D² s'est imposée aux nouvelles générations au point qu'il a fallu employer la force avec mort d'homme pour déloger des "commerçants" indus occupants à Constantine.

Que penser du quartier de Dély Ibrahim, réputé autrefois pour avoir abrité la plus ancienne auberge d'Afrique du Nord² et qui aujourd'hui

¹ Cf A. Nouri, La planification des supermarchés jusqu'en 1984 et la détermination d'un nouveau type de magasin de détail en Algérie, thèse de doctorat en sciences économiques, université de Montpellier 1, juin 1996

² Deux expressions arabes rendent bien cet esprit de débrouillardise qui prévaut dans l'Algérie du 21ème siècle: "Tag âla men tag" et "oûm bahrek".

mériterait le nom de " sanitaire land" tant les magasins spécialisés dans les articles de cuisine et de salle de bain y sont légion. Pourquoi les habitants de ce quartier n'auraient-ils pas droit à des commerces tels les marchands de légumes, boulangers, bouchers, cafétéria, merceries, librairies, restaurants et nous en passons comme ils seraient en droit de les attendre? Pourquoi cette succession de petites échoppes qui proposent toutes les mêmes produits à 99 % importés (surtout d'Espagne)? Pourquoi ces magasins spécialisés dans le sanitaire ne sont-ils pas implantés un peu partout à travers la capitale ?

Le calcul de l'aire de chalandise est ici inapproprié. Ces magasins sont en train de se "canibaliser" ². Croyant bien faire certains propriétaires ouvrent deux voire trois boutiques les une à côté des autres.

Peut-on concevoir que deux pharmaciens se côtoient? Des supérettes sont pourtant localisées à moins de cent mètres l'une de l'autre. L'absence de règles précises d'implantation des échoppes transforme l'aspect de nos cités. Dès qu'un commerçant s'aperçoit que son affaire commence à être rentable, il va vite déchanter car, par manque d'imagination sans doute, voilà que s'installent à ses côtés de pâles copies de son magasin qui pousseront le culot jusqu'à adopter la même politique de prix (pour autant que l'on puisse parler de politique dans ce mimétisme de bas étage).

Des cités-dortoirs ont poussé sans équipement d'accompagnement. Voilà toute la misère de l'urbanisme à l'algérienne. Quelle que soit la situation vécue (pléthore de magasins ou leur absence) le consommateur en fera toujours les frais. Il devra se déplacer jusqu'au quartier où se trouvent centralisés les magasins alors que partout ailleurs dans le monde, les règles d'urbanisme interdisent ces pratiques de concentration sur un même lieu de magasins similaires ³.

¹ Au bon canard telle était son enseigne car elle a aujourd'hui disparu.

² Un adage populaire se prête fort bien à cette situation: "achay' qlil oua edaben ktir" (peu de choses et beaucoup de mouches).

³ Cf Ghidouche Fouzi, Les villes filles du commerce, in "Les annales de la distribution" Tome 1, 2007 à paraître.

Comment espérer que la franchise puisse se développer en Algérie si des règles strictes d'implantation ne viennent pas identifier avec précision les types de magasins pouvant ouvrir dans tel ou tel lieu? Une grande marque étrangère de vêtements pourrait se voir, à terme, entourée par des vendeurs de matériaux de construction ou des marchands de zalabia.

En conclusion de ce rapide tour d'horizon de la situation que vit la distribution en Algérie, nous estimons incontournable une prise de décisions marquant la volonté des pouvoirs publics de lutter sans merci contre les pratiques illicites, le marché noir et la contrefaçon. Les déclarations d'intention doivent être suivies d'effets et le contrôle sur le terrain ne donnera des résultats que si des moyens conséquents sont développés. Parmi eux il y a lieu de signaler l'absence d'une banque de données qui fournirait des informations sur le produit, le service et la licence accordée par une marque protégée en Algérie. Il y a aussi le manque de formation des contrôleurs. Depuis la transformation en 1984 de l'Institut de Technologie de Commerce en un institut national de formation supérieure, le ministère du commerce ne possède plus de centre de formation digne de ce nom. Il serait temps de revenir à un investissement humain de qualité. La justice ne doit pas être en reste. En effet si les contrôles sur le terrain devaient croître il faudrait que la justice puisse suivre ce rythme. Là aussi, la formation de magistrats qualifiés pour les arbitrages de litiges relevant du domaine de la propriété industrielle est indispensable si l'on veut lutter efficacement contre la contrefaçon, le marché informel et toutes les pratiques qui font tant de mal à notre économie. Quant à l'urbanisme commercial, il souffrira de l'absence de textes législatifs et cette absence demeurera un frein à la modernisation du commerce algérien.

Articles et travaux universitaires

- Saadi Abdesselam, *Une piste à creuser, les contrefaçons*, in revue des sciences commerciales, N° 06 Alger 2006
- Ghidouche Fouzi, *Les villes filles du commerce*, in "Les annales de la distribution" Tome 1, 2007 (à paraître)
- *L'économie informelle de distribution*, mémoire de magister en management commercial, INC, Alger 2001
- Nouiri Abdennour, *La planification des supermarchés jusqu'en 1984 et la détermination d'un nouveau type de magasin de détail en Algérie*, thèse de doctorat en sciences économiques, université de Montpellier 1, juin 1996
- *Face à la difficile transition vers l'économie de marché : le consommateur algérien en otage*, in revue éditée par l'université de Montpellier 1. en 1991
- *Le commerce en réseau en Algérie* in revue des sciences commerciales, N°06 Alger 2006

Textes de loi

- Ordonnance n°66.57 du 19 mars 1966 relative aux marques de fabrique et de commerce
- Ordonnance n°66-156 du 8 juin 1966 portant code pénal punissant les contrefacteurs
- Loi n°89.02 du 7 février 1989 relative aux règles générales de la protection du consommateur
- Loi n°98.10 du 22 avril 1998 (modifiant et complétant la loi n°79-09 du 21 juillet 1979 portant code des douanes)
- Loi n°04.02 du 23 juin 2004 fixant les règles applicables aux pratiques commerciales.¹

Site internet

- www.missioneco.org/algerie

¹ Pour plus de détails cf www.missioneco.org/algerie, document la mission économique de l'ambassade de France en Algérie en date du 13/10/2005