

LA FRANCHISE EN ALGERIE

Rafika Moussaoui

Université de Tlemcen

Résumé:

A travers cette recherche, nous aimerions mettre en exergue, une notion appelée »franchise/ franchising » qui peut contribuer au développement de l'économie Algérienne dans ses différents secteurs. C'est pourquoi, nous avons estimé qu'il est important de sensibiliser, mais surtout d'expliquer aux opérateurs économiques Algériens les avantages et les inconvénients d'un segment commercial encore à ses balbutiements. Notre questionnement est formulé comme suit : comment peut on développer la franchise en Algérie? Pour cela, nous mettons en valeur deux hypothèses :

1) La contribution de la franchise à la création de l'emploi.

2) la lutte contre le marché informel et la contrefaçon

L'on tire de cette recherche ce qui suit :

1- l'efficacité dans la création d'emplois et la résorption du taux de chômage.

2- L'efficacité dans la lutte contre le marché informel et la contrefaçon.

المختصر :

من خلال هذا البحث أردنا أن نلقي الضوء على هذا المفهوم التراخيص منح الامتياز " والذي يمكن أن يساهم في تطور الاقتصاد الجزائري في مختلف قطاعاته لهذا قدرنا أهمية تحسيس أو بالأحرى شرح للمتعاملين الجزائريين إيجابيات وسلبيات قطاع تجاري لا يزال في بدايته .

يتمثل تساؤلنا فيما يلي : كيف يمكننا تطوير التراخيص في الجزائر ؟

لهذا نركز في بحثنا على فرضيتي :

(. مساهمة التراخيص في خلق العمال .

(! . محاربة السوق الموازية والمحاكاة الغير قانونية .

نستنبط من خلال البحث ما يلي :

... فعاليتها في خلق فرص العمل والقضاء على البطالة .

! . فعاليتها في محاربة السوق الموازية

والمحاكاة الغير قانونية .

Introduction

Bénéficier de la notoriété d'une marque, du savoir faire, et du soutien d'un professionnel confirmé, générant un chiffre d'affaires important tels sont les principes même de la Franchise.

Ce concept ne fait que croître, prend une place très importante sur le marché, il est clair que toutes les formes de commerces associés ne donnent pas accès aux mêmes droits et n'incluent pas certaines obligations (Franchise, Licence, Coopérative...), il est donc judicieux de se renseigner auprès d'organismes spécialisés afin d'effectuer le meilleur choix possible.

La franchise demeure une sacrée invention. Elle offre à ceux qui ont un bon concept et une démarche cohérente, l'opportunité de s'imposer vite sans avoir besoin de trop de capitaux, puisque ce sont les franchisés qui financent l'acquisition, et l'aménagement de leurs points de ventes.

A travers cette étude, on va essayer de mettre en exergue, l'Algérie, en tant que pays débutant dans la pratique de ce concept, et la Franchise comme facteur de modernisation, sans omettre de faire ressortir ultérieurement les problèmes rencontrés dans la mise en œuvre de cette opération.

I.1 L'historique de la Franchise en Algérie :

La franchise en Algérie fait ses premiers pas, depuis deux ans, et son vaste marché qui dépasse les 30 millions de consommateurs commence à intéresser les grandes enseignes Françaises, et Européennes, qui l'ont longtemps débouté à cause de l'instabilité politique et sécuritaire des années 90, ce marché qui est devenu aujourd'hui prometteur.

Mr Jean Seamper en tant qu'expert Français en franchise, et Directeur D'enseigne national « Ac-Franchise.Com », secteur du Services aux entreprises, a précisé dans une allocution prononcée dans le forum méditerranéen de la franchise à Marseille le 6 et 7 Novembre 2006, ce qui suit : « nous avons la chance d'avoir entre le Maghreb et la France une communauté linguistique culturelle avec des différences certes.

Au Maghreb les gens voient la publicité Française, écoutent la télévision Française, connaissent les produits de la France mieux que

les Français eux mêmes, et tout naturellement nous avons un marché important la bas.

Il se trouve en même temps, que les gouvernements des trois pays Maghrébins à des niveaux divers, le Maroc est en état avancé, l'Algérie allant maintenant très vite, et la Tunisie est en phase de réflexion, ces trois gouvernements souhaitent moderniser leurs commerces, lutter contre l'économie informelle pour avoir de meilleures performances et moderniser la qualité de service apporté aux consommateurs¹.

I.2 Le Développement De La Franchise En Algérie :

L'Algérien demeure un bon consommateur même s'il est vrai que les dépenses des ménages n'ont guère progressé, (80 000 DA de dépenses annuelles par personne et 330 000 DA par ménage)

. Situé sur les Champs-Élysées Algérois, l'avenue Didouche-Mourad, où le prix d'un loyer commercial peut atteindre un million de DA par mois, le magasin "Complices", enseigne du prêt-à-porter, où tout est arrangé de manière à donner aux clients l'impression qu'ils entrent dans un magasin occidental, de grandes affiches publicitaires, ramenées de l'étranger bien sûr, sont disposées aux quatre coins de l'établissement, qui comporte deux étages. Les employés en tee-shirts, frappés du logo de la marque, accueillent les clients avec de larges sourires. Sans oublier les clip vidéo diffusés sur des écrans.

Sur le même trottoir de la même avenue, bienvenue chez Actua, l'établissement vise les deux sexes tous âges confondus. L'accueil est ici parfait, et les vendeurs sont aimables. Le secteur de l'habillement est tellement porteur que les propriétaires de ces magasins envisagent d'ouvrir d'autres boutiques dans d'autres wilayas. C'est le cas de Celio, une marque de " prêt-à-porter " masculin. Elle a inauguré son premier magasin à Alger en septembre 2005. L'habilleur français compte ouvrir une dizaine de boutiques en Algérie dans les 5 ans à venir. Par ailleurs, Yves Rocher est le premier, dès 2003, a ouvrir plusieurs magasins à Alger. Aujourd'hui, il en compte 10 dont 5 dans la capitale, 2 à Oran, 1 à Tizi-Ouzou, Béjaïa, Hassi Messaoud et Sétif.

L'enseigne de restauration rapide Quick a inauguré son magasin en début 2007. Carrefour étudie sa stratégie d'intervention. Speedy,

leader européen de l'entretien et réparation automobile. Alain Afflelou, un des plus grands lunetiers et franchiseur au monde, celui-ci veut s'introduire en Algérie, par le concept qui a fait sa fortune.

Toutes marques confondues, compte bientôt ouvrir plusieurs magasins franchisés dans plusieurs villes du pays.

Alors on peut dire que, les grandes enseignes étrangères Celio, Actua, Yves Rocher... sont là, chez nous. Ces grandes marques occidentales de cosmétiques, de prêt-à-porter, poussent de plus en plus comme des champignons dans notre pays. L'Algérien n'est plus tenu de se rendre en France, ou dans d'autres pays occidentaux, pour s'offrir quelques produits signés, inexistantes en Algérie, il y a à peine, encore quelques temps. En effet, il lui suffit de se rendre sur la grande avenue Saïd-Hamdine, pour s'habiller Celio.

I.3 les Contraintes de la Franchise En Algérie :



Une Franchise Sans Législation

La commission économique de l'ambassade de France explique dans une fiche de synthèse très intéressante, publiée début Juillet 2005 que "le droit de la franchise n'est pas développé en Algérie, pas plus que les activités franchisées, alors même que le pays reconnaît, dans certaines de ses conventions internationales, le principe de protection des redevances de marques, licences ou royalties (redevances que payent les franchisés aux franchiseurs) au titre des investissements réalisés sur le territoire national".

Le document fait référence à la convention sur la protection réciproque des investissements, signée entre la France et l'Algérie le 13 février 1993. "Le code du commerce n'organise pas les franchises, et la Banque d'Algérie maintient une réglementation de changes contraignante...", fait-elle remarquer.

Les redevances de marques, licences, royalties, explique le document, "ne sont pas couvertes par le champ de la réglementation de la Banque d'Algérie et sont donc soumises à une autorisation préalable quant à leur rapatriement". La Banque d'Algérie, souligne la commission économique de l'ambassade de France, "considère à ce jour, que le droit de marques ne constitue pas en soi le produit d'une activité de production de biens et services et ne peut dans ces conditions bénéficier d'une autorisation de rapatriement"

Certes, le marché de la franchise est en cours de développement en Algérie, mais il reste confronté à plusieurs contraintes liées notamment au transfert de royalties, et à l'absence d'espaces

commerciaux devant accueillir ce type de commerce². pour cela, on peut dire qu'aucune franchise ne fonctionne en Algérie selon les principes de redevances de marques. Les quelques expériences faites avec des marques Françaises reposent sur des montages juridiques exorbitants du droit commun, souligne la fiche de synthèse qui affirme que "la confusion qui existe dans la notion même du droit de la franchise en Algérie, est cependant en passe d'être levée".

D'après le directeur de la réglementation au ministère du Commerce, M. Yahyaoui, le cadre juridique de cette activité sera bientôt prêt, sans pour autant préciser s'il s'agit d'un code, d'un guide ou d'un décret : «Le travail de préparation de ce texte est presque achevé et la mouture finale sera adoptée au cours du premier semestre 2007.»³ Quant aux franchisés, ils attendent avec impatience la promulgation de ce cadre juridique qui leur permettra, une fois adopté, de régler, notamment, le problème des royalties (redevances) qui entrave le développement de cette activité commerciale en Algérie.

Mme Hind Benmiloud⁴, présidente de la Fédération Algérienne de Franchise a souligné dans une allocution que la Banque d'Algérie ne reconnaît pas le transfert des royalties car le code de commerce Algérien ne le stipule pas explicitement, Mais, elle reste optimiste à la faveur de la mise en œuvre poussée de l'accord d'association avec l'UE, et l'adhésion de l'Algérie à l'OMC feront avancer encore plus les questions d'organisation du cadre juridique, et financier de la franchise.

Cet accord va entraîner une nouvelle vague de réduction des droits de douane, l'adhésion à un certain nombre de conventions internationales, ainsi qu'une plus grande sécurité juridique pour les opérateurs étrangers⁵.



le marché informel et la contrefaçon

Ces dernières années, les autorités Algériennes ont pris conscience des méfaits de la contrefaçon notamment sur la santé des consommateurs, le développement de l'économie informelle, la

fragilisation de la production locale, l'attractivité du pays pour les investisseurs étrangers, et ont exprimé, leur intention de lutter contre ce phénomène.

La pratique de la franchise en Algérie n'est pas très développée par rapport à celles exercées en Tunisie et au Maroc. De ce fait l'on se pose la question, est ce qu'on peut compter sur cette technique, pour lutter contre le marché informel et la contrefaçon?

Différents points de vue ont été posés par les autorités concernées, Mr.Yahiaoui⁶, directeur de la régulation au ministère du Commerce rassure certains investisseurs en leur expliquant que le ministère accompagne le développement de la franchise qui reste encore à ses premiers pas en Algérie, il a présenté les différentes mesures prises par le ministère notamment l'élaboration du cadre organisationnel devant réglementer cette pratique commerciale, qui contribuera à lutter contre le marché informel et la contrefaçon.

Ce phénomène, de contrefaçons produites localement, ou importées, s'est développé en Algérie depuis la libéralisation du commerce extérieur en 1991

et touche aujourd'hui une grande variété de produits, depuis les parfums et les cosmétiques, en passant par le prêt-à-porter, les pièces détachées de voitures, les cigarettes, l'électroménager, les logiciels informatiques, les livres, ou encore les médicaments.

Un autre point de vue de Mr HASSAN Bouzeliffa, président du cercle(, cabinet d'études, de représentations commerciales, logistiques et économiques en Algérie), « une fois adoptée comme commerce réglementé en Algérie, la franchise sera un moyen sans équivoque qui permettra de lutter contre le phénomène de la contrefaçon, puisqu'il est question de l'introduction de marques garanties et sécurisées(Comme il est stipulé que les marques étrangères peuvent compter sur l'institut national de la propriété intellectuelle(INAPI) qui brevète et protège les marques mêmes étrangères, pourvu qu'elles soient déposées en Algérie) et qu'une fois installées, les grandes entreprises apporteront aussi leur force de pratique dans la lutte contre la contrefaçon »⁷.

On peut dire enfin que, ce phénomène persiste en Algérie du fait principalement de la méconnaissance des règles et procédures en vigueur par les opérateurs économiques, et de l'insuffisance des moyens de contrôle des services officiels (manque de personnels compétents, et de matériels adéquats, manque de formation des inspecteurs, magistrats, et avocats, absence d'organismes de contrôle...)⁸. Pour y remédier à cette situation, des efforts importants doivent être consentis par les pouvoirs publics pour y ralentir au moins la croissance endémique de ce phénomène.

Conclusion

On peut dire que, la franchise peut trouver sa place facilement dans ce pays et réussir, son développement est présenté comme un véritable rempart contre le marché informel, et celui de la contrefaçon, sans parler de ses capacités créatrices d'emplois⁹.

Pour répondre à notre question principale, on peut dire que, développer la franchise en Algérie peut se réaliser à travers :

1. Sa contribution à la création de l'emploi.
2. la lutte contre le marché informel et la contrefaçon

La plupart des investisseurs qui exercent en Algérie dans le domaine de la franchise, sont des entrepreneurs Français, qui avec leurs marques connues, ont réussi à s'imposer sur le terrain. La nature des investissements Français témoigne de l'engagement sur le long terme des entreprises françaises en Algérie. Une partie importante de ces investissements, comporte un aspect stratégique pour le développement du pays dans ses multiples secteurs. Tel le secteur financier Algérien, actuellement en pleine restructuration.

fin 2005, les entreprises Françaises installées en Algérie employaient plus de 8 000 personnes, Les perspectives à l'horizon 2009 renforcent cette tendance avec la création programmée de plus de 3 000 nouveaux emplois dans tous les secteurs de l'économie.

Le plan d'investissement du groupe ACCOR, qui prévoit la construction de 36 hôtel à travers le pays, est en parfaite synergie avec la politique gouvernementale qui fait du tourisme l'un des axes stratégiques du développement économique hors hydrocarbures pour le futur ; ce groupe emploie aujourd'hui 900 personnes, et affiche un plan de développement de ses effectifs de +55% d'ici 2009.

Dans le secteur des équipements automobiles, les concessionnaires Peugeot, Renault emploient plus de 3000 personnes à travers le pays. Enfin, Michelin emploie 800 personnes, produit près de 200 000 pneus par an et Réalise la moitié de son chiffre d'affaires à l'export ; le groupe projette d'accroître ses capacités de production dans les années à venir.

Concernant La lutte contre le marché informel et la contrefaçon, Le Secrétaire Général du ministère du Commerce. Mr. Boularak Pense que, le développement de la franchise en Algérie avec l'aide de l'expérience vécue par les entreprises Algériennes peut permettre de

cultiver « le professionnalisme », c'est aussi une manière indirecte de lutter contre le commerce informel à travers des signes distinctifs de la qualité, aussi, réduire la contrefaçon¹⁰.

Alors la solution idoine pour presque tous les obstacles rencontrés en commerce, est donc la franchise. Il suffit d'expérimenter ce concept sur terrain, pour découvrir ses grandes capacités dans le développement économique.

Cette recette bien détaillée mène directement au succès, il suffit d'être à la hauteur de la nouveauté, et de prendre en considération l'épanouissement de l'esprit créatif de toute franchise¹¹.

La Bibliographie

Les Ouvrages

- 1) A.Barellier, J.Duboin, F.Duphil, N.Gévaudan-Cantal, L.Grataloup, G.Kuhn, C.Levy, J.Paveau, J-M.Sarhan,, 2000. Exporter, Pratique du Commerce International, Edition Foucher, Paris.
- 2) Amal Belkessam, 18 Avril 2007. Entretien avec Monsieur Ouali Mohamed Yahiaoui, DG de la régulation et de L'organisation des activités au Ministère du Commerce revue le point économique,
- 3) Alain Bloch, Anne Macquin, 2001. Encyclopédie, Vente et Distribution, Edition Economica.
- 4) Anne Boillon, 2003. S'implanter en Algérie, Edition CFCE.
- 5) Claude Negre, 2004. La Franchise, Recherches et Applications, Edition Vuibert, Septembre.
- 6) Colombat Cathérine, Janvier 1997. 100 Franchises au Banc D'essai, L'essentiel du Management, n° 23, P.78-95.
- 7) Colombat Cathérine, Mars 2000. Ils ont Décide de Franchiser Leur Enseigne, L'essentiel du Management, n° 61, P.82-87.
- 8) Conférence à Paris, le 26 novembre 2006. sur les investissements en Algérie, EL WATAN Economie.
- 9) Dominique Pialot, 2003. le guide complet de la franchise, Edition groupe express.
- 10) Dossier, Commercialisation en Franchise, Du 20 au 26 Février 2006. Un Casse-tête Dénommé Transfert Des Royalties, El Watan Economie, P. 5

- 11) Radia Djouzi, 27 Novembre 2006. L'Algérie essaye de rattraper le retard, La Tribune.
- 12) Slimani Salah, 20 Février 2006. Commercialisation En Franchise : un Casse –Tête Dénommé Transfert des Royalties, El Watan Economie, N° 46, P.5.

Sites Internet Spécialisés

- 13) www.eleves.ens.fr.
- 14) www.managmarket.com.
- 15) www.franchise-fff.com
- 16) www.observatoiredefracnchise.fr
- 17) www.ingeconseil.com
- 18) www.franchiseline.com
- 19) www.pme-affaires.com
- 20) www.iref.com
- 21) www.ufcc.net
- 22) www.franchiseparis.com

¹ Le forum Méditerranéen de la Franchise « S'installer et Réussir au Maghreb », à Marseille le 6 et 7 Novembre 2006.

² Karima Sebai, www.lejourdalgerie.com du 26/11/2006

³ L'Algérie essaye de rattraper le retard, La tribune, 27 Novembre 2006.

⁴ L'Algérie essaye de rattraper le retard, La tribune, 27 Novembre 2006.

⁵ Pierre Mourlevat, Exporter en Algérie, Edition CFCE. 31 Mars 2005.

⁶ Karima Sebai, www.lejourdalgerie.com du 26/11/2006.

⁷ Investir en Algérie via la franchise, le Quotidien D'Oran, édition nationale d'information.

⁸ La contrefaçon en Algérie, Mission économiques, Edition CFCE, 13/10/2005, P. 03-04.

⁹ M.Mamart, Développement de la Franchise en Algérie, Un Rempart Contre la Contrefaçon El Watan Economie, du 04-10 Décembre 2006.

¹⁰ Investir en Algérie via la franchise, le Quotidien D'Oran, édition nationale d'information.

¹¹ M. Gilbert MELLINGER, Consultant, à Franchise-M AGAZINE, du 03/04/07.